

Kävele Naiselle Ammatti – Naisten Pankin varainkeräys- tapahtuma Porvoossa 2014

Sami Kukkonen

Nina Ölander

Tekijät Sami Kukkonen ja Nina Ölander	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Kävele Naiselle Ammatti – Naisten Pankin varainkeräystapahtuma Porvoossa 2014	Sivu- ja liitesivumäärä 78+55
<p>Naisten Pankki on suomalainen, vuonna 2007 perustettu Kirkon Ulkomaanavun hallinnoima rahasto. Naisten Pankki on voittoa tavoittelematon organisaatio, joka toimii auttaakseen kehityksmaiden naisia kestävä kehityksen periaattein. Lahjoituksia ja varoja Naisten Pankki kerää muun muassa monia erilaisia tapahtumia, myyjäisiä ja tempauksia järjestämällä. Lahjoitetut varat hyödynnetään erilaisissa hankkeissa, joiden avulla parannetaan kehityksmaiden naisten toimeentuloa, osaamista ja oikeuksia.</p> <p>Tapahtumat ovat väliaikaisia ja niiden tarkoituksena on kerätä ihmisiä yhteen. Tapahtumalle voidaan määritellä selkeä alku ja loppu ja se voidaan viedä läpi onnistuneesti, kun sille on ennalta suunniteltu aikataulu ja ohjelma. Tapahtuman järjestäminen voidaan jakaa suunnitteluvaiheeseen, toteutusvaiheeseen ja jälkimarkkinointiin.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää produktina Kävele Naiselle Ammatti - varainkeräystapahtuma Porvoossa 14.9.2014. Työn toimeksiantaja oli Naisten Pankki Porvoo, jonka edustajana toimi Helena Vennonen. Tavoitteiksi asetettiin 3000 euron kerääminen Naisten Pankille ja Naisten Pankin tunnettuuden kasvattaminen.</p> <p>Suunnitteluvaiheessa tapahtumalle luotiin sisältö, jonka toteuttamista hankaloitti nollabudjetti, sillä koko tapahtuma tuli järjestää vapaaehtoisten voimin. Koska kyseessä oli koko perheen hyvän mielen tapahtuma, kohderyhmäksi valittiin lapsiperheet ja aikuiset ihmiset. Lupa-asioiden tuli olla kunnossa muun muassa tapahtumapaikan ja yleisötilaisuuden järjestämisen suhteen. Ennen tapahtuman toteuttamista pohdittiin mahdollisia riskejä ja niihin varautumista. Tapahtuman näkyvyyden varmistamiseksi kartoitettiin erilaisia vaihtoehtoja, joiden tiedettiin olevan ilmaisia sekä vaihtoehtoja, jotka voitaisiin toteuttaa jonkin sponsorin avulla.</p> <p>Suunnittelun ohjelman toteuttamista varten tarvittiin vapaaehtoisia työntekijöitä sekä esiintyjä. Tapahtumalle tarvittiin myös sponsoreita, joiden hankinta aloitettiin alku kesällä. Tapahtumaa lähti sponsoroimaan yhteensä 17 yritystä. Näkyvyyden toteuttaminen lehdistä, radiossa, internetissä ja julistein oli tärkeässä roolissa, jotta ihmiset olivat tietoisia tulevasta tapahtumasta. Tapahtumapäivä sujui ilman suurempia ongelmia käsikirjoitusta seuraten.</p> <p>Järjestäjien vastuulle kuului tapahtumapaikan siivous ja lainattujen tavaroiden palautus. Tapahtumassa mukana olleita kiitettiin ja heille kerrottiin saadusta lahjoitussummasta tapahtumaa seuranneena päivänä. Myös mainosvideon valmiiksi saattaminen ja julkaisu toteutettiin tapahtuman jälkeen.</p> <p>Toimeksiantaja oli tyytyväinen työn lopputulokseen, vaikka työn tavoitteet eivät toteutuneetkaan täysin. Järjestäjien mielestä tapahtumaprojekti oli onnistunut kokonaisuus. Projektin aikana onnistuttiin monessa asiassa, mutta kehityskohteitakin jäi. Seuraavilla Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäjillä on käyttökelpoinen tapahtumakonsepti jo valmiina.</p>	
Asiasanat Projektinhallinta, yleishyödylliset yhteisöt, tapahtumatuotanto	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Nonprofit -organisaatiot	3
2.1	Nonprofit -organisaatioiden tunnuspiirteet	3
2.2	Varainhankintaprosessi	5
2.3	Naisten Pankki	7
2.4	Naisten Pankki Porvoo	8
2.5	Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma	9
3	Tapahtuman järjestäminen	10
3.1	Projektinhallinta	11
3.2	Suunnitteluvaihe	13
3.2.1	Tavoitteet	15
3.2.2	Tapahtuman aika, paikka ja sisältö	16
3.2.3	Tapahtuman budjetti	18
3.2.4	Kohderyhmä ja segmentointi	20
3.2.5	Tapahtumabrief ja käsikirjoitus	21
3.2.6	Lupa-asiat ja lahjoitusten kerääminen	22
3.2.7	Riskienhallinta ja turvallisuus	23
3.2.8	Viestintä ja tiedottaminen	26
3.2.9	Sponsorointi	28
3.3	Toteutusvaihe	29
3.4	Jälkimarkkinointi	31
4	Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman suunnittelu	33
4.1	Lähtökohdat, tavoitteet ja viesti	33
4.2	Tapahtuman aika, paikka ja sisältö	35
4.3	Tapahtuman budjetti	37
4.4	Kohderyhmä ja segmentointi	38
4.5	Tapahtumabrief ja käsikirjoitus	39
4.6	Lupa-asiat ja lahjoitusten kerääminen	40
4.7	Riskienhallinta ja turvallisuus	41
4.8	Näkyvyyden suunnittelu	46
4.8.1	Sosiaalinen media	47
4.8.2	Lehti- ja radiomainonta	47
4.8.3	Julistemainonta	48
4.8.4	Muu mainonta	49
4.9	Henkilökunnan ja sidosryhmien hankinnan suunnittelu	50
5	Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman toteutus	52
5.1	Ulkoiset sidosryhmät	52
5.2	Henkilökunta	54

5.3	Tapahtuman näkyvyyden toteutus.....	56
5.3.1	Sosiaalinen media.....	56
5.3.2	Lehdet ja radiot	58
5.3.3	Julistemainonta	59
5.3.4	Muu mainonta	59
5.4	Tapahtuman kulku	60
6	Tapahtuman jälkeinen työ	64
6.1	Tapahtumavideon toteutus.....	65
6.2	Osallistujien määrä	65
6.3	Lahjoitusten määrät ja kohteet	67
7	Johtopäätökset.....	69
7.1	Onnistumisia	71
7.2	Kehitettävää.....	72
7.3	Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman vertailu muiden paikkakuntien tapahtumien kanssa	75
7.4	Ehdotuksia seuraavalle Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäjälle	76
7.5	Yhteenveto ja oman työn arviointi	77
	Lähteet	79
	Liitteet.....	83
	Liite 1. Porvoon Kävele Naiselle Ammatti 2014 -tapahtuman kävelyreitti.....	83
	Liite 2. Budjetti.....	84
	Liite 3. Perjantain 12.9.2014 käsikirjoitus.....	86
	Liite 4. Lauantain 13.9.2014 tehtävät.....	87
	Liite 5. Sunnuntain 14.9.2014 käsikirjoitus.....	88
	Liite 6. Tapahtuman aikataulu.	89
	Liite 7. Porvoon Kaupungin alueita koskeva maankäyttölupa.	90
	Liite 8. Ilmoitus yleisötilaisuudesta, lupahakemus Poliisille.	91
	Liite 9. Kävelyviiri.	96
	Liite 10. Tapahtuman tiedotussuunnitelmamalli.	97
	Liite 11. Facebook -tapahtumasivu.....	98
	Liite 12. Radiomainokseen suunniteltu käsikirjoitus.....	99
	Liite 13. Tapahtuman mainos.	100
	Liite 14. Julisteiden sijoitussuunnitelma.....	101
	Liite 15. Listaus potentiaalisista yhteistyökumppaneista ja yhteydenotoista.....	102
	Liite 16. Yritysviesti.	110
	Liite 17. Kutsu ensimmäiseen tiedostustilaisuuteen, suomenkielinen.	112
	Liite 18. Kutsu ensimmäiseen tiedotustilaisuuteen, ruotsinkielinen.	113
	Liite 19. Uusimaan lehtiartikkeli 17.6.2014.	114

Liite 20. Itäväylän lehtiartikkeli 18.6.2014.	115
Liite 21. Loviisan Sanomien lehtiartikkeli 17.6.2014	116
Liite 22. Ensimmäinen lehdistötiedote, suomenkielinen	117
Liite 23. Ensimmäinen lehdistötiedote, ruotsinkielinen.....	119
Liite 24. Kutsu toiseen lehdistötilaisuuteen.	121
Liite 25. Itäväylän lehtiartikkeli 10.9.2014.	122
Liite 26. Toinen lehdistötiedote, suomenkielinen.	123
Liite 27. Toinen lehdistötiedote, ruotsinkielinen.	125
Liite 28. Tapahtumajulisteiden sijoituspaikkoja.	127
Liite 29. Porvoon Kaupungin tapahtumakalenterin mainos.	128
Liite 30. Uutinen Haaga-Helian kotisivuille ja Uusimaan tapahtumakalenteriin.	129
Liite 31. Haaga-Helian tiedote Epressissä.	130
Liite 32. Porvoo Campuksen infotelevisioiden mainosdia.	131
Liite 33. Arvontalista.	132
Liite 34. Kuvia tapahtumasta.	133
Liite 35. Kiitoskirjeen malli.	134
Liite 36. Mainosvideo.....	135
Liite 37. Ansa Production, sponsorisopimus.	136
Liite 38. Markkinointitoimenpiteiden aikajana.	137

1 Johdanto

Naisten Pankki on suomalainen, uniikki ja voittoa tavoittelematon vapaaehtoisuysteistö, johon kuuluu kaiken kaikkiaan 3000 vapaaehtoista. Naisten Pankki kerää lahjoituksia naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseen kestävästä kehityksestä periaattein. Tämän suomalaisen keksinnön missiona on auttaa naisia ja siten vähentää köyhyyttä. Kyseessä ei ole kuitenkaan pelkästään naisten välinen hanke, vaan auttamalla naisia, autetaan samalla heidän perheitään, miehiä ja lapsia sekä koko kyläyhteisöä.

Raportin alussa käsitellään nonprofit -organisaatioiden erityispiirteitä ja varainhankintaa prosessina. Tämän jälkeen käydään tarkemmin läpi Naisten Pankin toimintaa ja tutustutaan sen paikallisryhmään, Naisten Pankki Porvooseen. Lisäksi luodaan lyhyt katsaus järjestettävään tapahtumaan. Tapahtuman järjestäminen vaatii hyviä projektinhallintataitoja, joten luvussa kolme siihen pureuduttiin teoriassa. Edellä mainittujen asioiden lisäksi opinnäytetyöntekijät ovat tutustuneet teoriaosuuden luvussa kolme tapahtuman järjestämisen eri vaiheisiin: suunnitteluun, toteutukseen ja jälkimarkkinointiin.

Työn toimeksiantajana toimi Naisten Pankki Porvoo, jota edusti Helena Vennonen. Kävelytapahtuma järjestettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijoiden sekä Naisten Pankin vapaaehtoisten voimin 14.9.2014. Tapahtuman ensimmäisenä tavoitteena oli kerätä 3000 euroa kehitysmaiden naisten osaamisen, yrittäjyyden ja taloudellisen aseman kehittämiseen. Tuotot mahdollistavat pienlainojen sekä yrittäjyys- ja ammattikoulutuksien rahoittamisen. Toisena tavoitteena oli Naisten Pankin tunnettuuden kasvattaminen porvoolaisten keskuudessa.

Tavoitteiden täyttäminen edellytti paljon työtä tapahtuman järjestäjiltä ja projektin aikana panostettiin lukuisiin asioihin, jotta tavoitteet saavutettaisiin. Tässä opinnäytetyössä esitellään Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaan liittyviä käytännön järjestelyjä sekä tapahtuman mainontaa. Samalla tutustutaan Naisten Pankin toimintaan, tapahtumaa edeltäviin selvitystöihin, sponsorihaunointaan, projektin lähtökohtiin ja tavoitteisiin sekä varsinaisen tapahtuman toteuttamiseen. Lopussa esitellään tapahtuman jälkeen syntyneitä ajatuksia ja arvioidaan tapahtuman järjestäjien havaitsemia onnistumisia ja kehityskohteita.

Tapahtumalle tuli saada mahdollisimman paljon näkyvyyttä, joten tapahtumaa markkinoitiin sosiaalisessa mediassa, suusta suuhun, internetissä muunmuassa Naisten Pankin kotisivuilla, tapahtumajulisteilla ympäri Porvoota sekä paikallisradioissa ja paikallislehdissä. Pääasialliseksi kohderyhmäksi valittiin lapsiperheet ja aikuiset. Alkuperäisenä oli, että aikuisilla on enemmän rahaa käytössään kuin lapsilla ja nuorilla. Lisäksi oletettiin, että

aikuisten yleinen lahjoitushalukkuus ja kiinnostus yhteiskunnan kehittymistä kohtaan ovat korkeampaa kuin nuoremmilla ihmisillä.

2 Nonprofit -organisaatiot

Nonprofit -organisaatiot ovat organisoituja yhteisöjä, jotka koostuvat irtolaisista ja epävirallisista ryhmistä, joissa ihmiset toteuttavat vapaaehtoisia toimia. Nonprofit -organisaatiot ovat valtionlain alaisia, hyödyntäen samoja etuuksia kuin liikeyritykset. Nonprofit -organisaatioilla on siis oikeushenkilön status, ollen kuitenkin erillään yksilöistä, jotka johtavat sen toimintaa. (Worth 2012, 55-56.)

Nonprofit -organisaatioilla tarkoitetaan yleensä sellaisia organisaatioita, jotka eivät ensisijaisesti tavoittele voittoa, vaan tärkeämpänä pidetään niiden missioita (Vuokko 2010, 14). Worthin (2012, 66) mukaan missiolla on todella keskeinen rooli nonprofit -organisaatioiden toiminnassa. Organisaatioiden päämäärät on kirjattu niiden missioissa ja niiden sanotaankin olevan missio-vetoisia. Tällaisissa organisaatioissa erityisen tärkeänä pidetään sitä, minkä vuoksi ja mitä kohderyhmää varten toimintaa harjoitetaan. Nonprofit -organisaatioiden tehtävä on tuottaa yhteiskuntaan parannuksia ohjaamalla asianmukaisesti resursseja ja muita fyysisiä tuotteita tai palveluita. Voittoa tavoittelemattomuudesta huolimatta nonprofit -organisaatiot voivat palkata työntekijöitä ja saada tuloja, joilla voidaan edesauttaa mission toteutumista. (Vuokko 2010, 14; Sargeant 2005, 7.)

2.1 Nonprofit -organisaatioiden tunnuspiirteet

Nonprofit -organisaatioilla on muutamia erityispiirteitä ja tietynlaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat niiden markkinoinnissa ja tulisi huomioida koko toiminnan harjoittamisessa. Ensinnäkin nonprofit -organisaatioissa etusijalla ovat muut tavoitteet kuin taloudelliset tavoitteet ja se vaikuttaa muun muassa kohderyhmän valintaan siten, että kohderyhmät eivät koostu ainoastaan kannattavista asiakkaista. Toinen nonprofit -organisaatioiden erityispiirre on se, että vaihdantasuhde ei toimi samoin kuin yrityksissä, sillä ne saavat tulonsa useimmiten eri kohderyhmiltä kuin mihin ne kohdistetaan. Esimerkiksi Suomessa järjestettävää hyväntekeväisyystapahtumaa mainostetaan suomalaisille ja lahjoituksia saadaan suomalaisilta osallistujilta. Lahjoitetut varat kohdistetaan kuitenkin eri kohderyhmälle, kuten kehitysmaihin. (Vuokko 2010, 24-25.)

Yksi tunnuspiirre nonprofit -organisaatioille on se, että kysyntä saattaa ylittää tarjonnan. Esimerkiksi avustusjärjestöissä tämä tulee selvästi esiin, kun apua tarvitsevia on paljon enemmän kuin mitä pystytään tarjoamaan. Tällöin markkinoinnin kannalta ei ole ongelmana synnyttää, lisätä tai kohdistaa kysyntää vaan organisaatioiden tulee kohdistaa markkinointi resurssien tarjoajille. Nonprofit -organisaatioiden toiminta voi usein perustua ajattelutavan tai palvelun tarjoamiseen, jolloin markkinoinnissakin tulee keskittyä palveluiden

markkinointiin. Lisäksi nonprofit -organisaatioiden toiminnan ja saavutusten arviointiperusteet ovat erilaiset kuin esimerkiksi yrityksissä. Silloin kun taloudellinen tulos ei ole organisaation tavoitteena, voidaan toimintaa arvioida muun muassa jäsenien, rahoittajien, lahjoittajien, kohderyhmän, vapaaehtoistyöntekijöiden, median ja yhteistyökumppanien avulla. Nonprofit -organisaatioiden onnistumisen arvioinnissa voidaan pohtia esimerkiksi seuraavia kysymyksiä: onko toiminnassa mukanaolo kannattavaa, kannattaako sitä rahoittaa tai tehdä sille lahjoitus, onko toiminta julkisuudenkestävää ja kannattaako sen kanssa tehdä yhteistyötä. Myös tarkasti asetetut toiminnan tavoitteet auttavat nonprofit -organisaation arvioimista. Täten tärkeä kysymys arvioinnissa onkin, että onko asetetut tavoitteet saavutettu. Avustusjärjestö voi esimerkiksi arvioida onko apu mennyt perille halutulla tavalla. (Vuokko 2010, 24-27.)

Erittäin merkittävä ominaispiirre nonprofit -organisaatioille on se, että ne toimivat suureksi osaksi vapaaehtoistyön voimin. Organisaatioissa voi olla myös palkattuja työntekijöitä, mutta vapaaehtoiset tukevat organisaation toimintaa panostamalla siihen omaa työtään ja aikaansa. Suurin osa hallituksen jäsenistä on yleensä vapaaehtoisia, eivätkä he ota työstään minkäänlaista korvausta. Ominaista on myös se, ettei ylimääräisiä tuloja jaeta muuhun kuin kattamaan pakolliset menot. Kaikki mahdolliset voitot, jotka organisaatio saa, investoidaan sen kehittämiseen, eikä niitä käytetä osinkojen maksuun omistajille tai investoijille. Tämä on aivan ehdoton ominaisuus, jolla nonprofit -organisaation erottaa yrityksestä. (Worth 2012, 56-57.)

Markkinoinnissa tulee ottaa huomioon, että nonprofit -organisaation ja sen asiakaskunnan välillä saattaa olla erilaisia näkemyksiä siitä, miten toimintaa tulisi harjoittaa. Sidosryhmät saattavat toisinaan unohtaa mikä on nonprofit -organisaation todellinen missio ja mitä tavoitteita on asetettu. Mikäli sidosryhmien kanssa tulee erimielisyyksiä, tulee organisaation kuitenkin muistaa tavoitteet, jotka perustuvat sen missioon ja harjoittaa toimintaa sen mukaisesti. (Vuokko 2010, 27-29.)

Edellä mainittujen piirteiden ohella tunnuksenomaista on myös se, etteivät nonprofit -organisaatiot ole hallituksen alaisia, vaikka ne ovatkin sitoutuneet julkiseen palveluun. Näin ollen ne toimivat yksityisellä sektorilla ja päättävät autonomisesti esimerkiksi strategiastaan, ohjelmistaan, rahoituksestaan ja siitä kuka toiminnasta hyötyy. Tähän voidaan myös liittää huomioitava asia siitä, että nonprofit -organisaatioilla on itsehallinto ja näin ollen vetovastuu kuuluu joko hallitukselle tai luottomiehille. Kaikkien näiden piirteiden taustalla piilee se, että nonprofit -organisaatiot ovat olemassa jonkin sosiaalisen tarkoituksen vuoksi, mistä seuraa yleistä etua. (Worth 2012, 56–57.)

2.2 Varainhankintaprosessi

Varainhankintaprosessi eroaa normaalista rahan pyytämisestä siten, että se voidaan kuvata prosessina, jossa on tunnistettavissa olevia vaiheita. Varainhankintaprosessi on jatkuva prosessi, sillä tehokas varainhankinta perustuu siihen, että lahjoittajat alkaisivat tehdä lahjoituksia säännöllisesti. Varainhankintaprosessi voidaan jakaa kuuteen eri vaiheeseen, kuten kuviossa 1 on esitetty. (Worth 2012, 274.)



Kuvio 1. Varainhankintaprosessi (Worth 2012, 274.)

Kuten kuviossa 1 näkyy, varainhankintaprosessi alkaa prioriteettien määrittämisellä ja tietyn tapauksen kehittämisellä. Varainhankinta tarvitsee syyn, jotta se houkuttelisi lahjoittajia. Varainhankinnan tulisi pohjautua tunnistettuihin ensisijaisiin tarpeisiin, jotka perustuvat organisaation missioon. Organisaation vision ja tavoitteiden ollessa selvillä, niistä on yksinkertaista johtaa varainhankinnalle omat tavoitteet, joista selviää syy sille, miksi tuki edesauttaa saavuttamaan organisaation sosiaalisen mission. Tämän lisäksi organisaation tulee kehittää tapaus tuelle eli järjestelmällinen syy miksi lahjoittaa. Tämä tapaus on vastaus kysymykseen ”Miksi lahjoittaisin tähän organisaatioon?” Se voi esimerkiksi sisältää varainhankinnan tavoitteet sekä perustelut niille. (Worth 2012, 274-275.)

Toinen askel on mahdollisten lahjoittajien eli prospektien, tunnistaminen ja luokittelu. Organisaation tulisi etsiä mahdollisia lahjoittajia, joilla on keskivertoa suurempi mahdollisuus lahjoittaa. Ensiksi prospektit tulee rajata sen mukaan kenellä on taloudellinen kyky antaa rahaa. Tämän lisäksi tulee arvioida onko mahdollisella lahjoittajalla jo ennestään jokin sidos ja kiinnostusta organisaatioon tai sen toiminta-alueeseen, jolla se toimii. (Worth 2012, 276-277.) Streiffin (9.9.2011) mukaan tämä on kaikista vaiheista tärkein, sillä ilman prospekteja ei voida tehdä kehotusta lahjoitukseen.

Prospektien ollessa luokiteltuna on aika siirtyä sponsorisuhteen kehittämiseen. Kun suhteeseen käyttää aikaa ja vaivannäköä, niin mahdollisuus lahjoitukselle kasvaa. Perussääntönä on, että mitä suurempi lahjoitus on kyseessä, sitä enemmän se vaatii suhteen kehittämistä ennen lahjoituksen kysymistä. (Worth 2012, 277.)

Streiff (9.9.2011) korostaa sitä, että lahjoituksen kysyminen on helpompaa, mikäli suhteen kehittäminen on tehty kunnolla ja prospekti on valmisteltu hyvin tulevaan lahjoitus kehoitukseen. Worth (2012, 278-279) esittää lahjoituksen kysymiseen monia eri metodeja, joiden tehokkuus vaihtelee. Kasvotusten esitetty pyyntö on hänen mukaansa tehokkain, kun taas media, mainonta ja verkkosivut ovat tehottomimpia vaihtoehtoja.

1. Henkilökohtainen kehotus
 2. Henkilökohtainen kirje
 - a. Puhelinsoitto perään
 - b. Ei puhelinsoittoa perään
 3. Henkilökohtainen puhelinsoitto
 4. Yksilöllinen kirje tai sähköposti
 5. Puhelinsoitto
 6. Persoonaton kirje tai sähköposti
 7. Persoonaton puhelinsoitto
 8. Erityinen tapahtuma
 9. Media, mainonta, verkkosivut
- (Worth 2012, 278.)

Valitun kysymistavan tulee sopia tuen tasoon ja tyyppiin. Suoralla sähköpostilla esimerkiksi taataan usein suuri määrä pieniä lahjoituksia, kun taas suuren lahjoituksen saamiseen vaaditaan henkilökohtainen kontakti ja enemmän keskustelua prospektin kanssa. Yksi pohdinnan arvoinen asia on se, mitä kuluja ja etuja valittu metodi tuo. Henkilökohtaisiin tapaamisiin kuluu matkakustannuksia ja aikaa, mutta ne ovat tehokkaampia kuin helposti lähetettävät personoimattomat sähköpostiviestit. Kolmanneksi organisaation tulee miettiä kuinka paljon sillä on käytettävissä resursseja tähän prosessivaiheeseen. Nykyään sosiaalinen media on myös vahvasti mukana lahjoitusten pyytämisessä. Se voikin olla toimiva tapa saada ihmisiltä kertaluontoinen lahjoitus. (Worth 2012, 278-279.)

Ilmoituksella lahjoituksen vastaanotosta tarkoitetaan sitä, että lahjoituksen tekijää kiitetään ja samalla vahvistetaan lahjoituksen vastaanottaminen. Tähän sisältyy kiitoskirjeen lähettäminen sekä maksukuitin toimitus. Lahjoittajan tunnustaminen taas voi tarkoittaa esimerkiksi lahjoittajan nimen listaamista vuosiraporttiin tai nimen saamista julisteeseen. (Worth 2012, 280; Shaw & Shaw 8.6.2009.)

Viimeisessä vaiheessa tiedotetaan lahjoittajalle lahjoituksen etenemisestä sekä pidetään hänet sitoutuneena. Tämä voi pitää sisällään erilaisia toimia, kuten raporttien lähettämistä lahjoituksen vaikutuksista, kunnianosoituksen tai tapahtumien järjestämistä kasvattamaan lahjoittajien sitoutuneisuutta ja tietoisuutta organisaatiosta. Tämän vaiheen toinen tarkoitus on suunnata lahjoitus, niin kuin lahjoittaja on tarkoittanut ja näin voidaan ansaita lahjoittajan luottamus. (Worth 2012, 280.)

2.3 Naisten Pankki

Naisten Pankki on suomalainen, vuonna 2007 perustettu Kirkon Ulkomaanavun hallinnoima rahasto. Sen tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysmaiden naisten tukemiseksi kestävän kehityksen periaattein. Naisten Pankin puheenjohtajana toimii Reetta Meriläinen ja toiminnassa on mukana 36 paikallisryhmää, jotka toimivat aktiivisesti ympäri Suomen 33 paikkakunnalla. (Naisten Pankki 2015a.)

Naisten Pankki toimii monien vapaaehtoisten, osakkaiden ja lahjoittajien voimin, joihin kuuluu niin yksityisiä henkilöitä, yrityksiä kuin yhteisöjäkin. Vuonna 2014 Naisten Pankki keräsi varoja lähes 1,3 miljoonaa euroa ja yhteensä varoja on saatu toiminta-ajalta melkein 8 miljoonaa euroa. Lahjoituksia ja varoja organisaatio kerää muun muassa monista erilaisista tapahtumista, myyjäisistä ja tempauksista, joista yksi esimerkki on vuosittainen Kävele Naiselle Ammatti – kävelytapahtuma. Tapahtumien monimuotoisuudesta kertoo se, että vuonna 2014 niitä järjestettiin yhteensä yli 500 ympäri Suomea. (Naisten Pankki 2015a.)

Idea Naisten Pankin perustamiselle lähti, kun joukko suomalaisia naisia oli vuonna 2007 tutustumassa Kirkon Ulkomaanavun kutsumana Liberian paikallisten naisten elämään. Tästä vierailusta syntyi ajatus kehitysmaiden naisten auttamisesta ja 24.5.2007 Naisten Pankki aloitti toimintansa. (Naisten Pankki 2015b.)

Naisten Pankille lahjoitettuja varoja hyödynnetään erilaisissa hankkeissa, joiden tarkoituksena on parantaa naisten toimeentuloa, osaamista ja oikeuksia. Vuonna 2014 Naisten Pankki oli mukana tukemassa hankkeita 12 maassa, joita ovat Guatemala, Haiti, Liberia,

Sierra Leone, Kongo, Uganda, Angola, Palestiinalaisalueet, Kosovo, Nepali, Kambodža ja Myanmar (Naisten Pankki 2015a).

Lahjoitusten avulla rahoitetaan pienlainoja sekä ammatti- ja yrityskoulutusta, sillä Naisten Pankissa uskotaan, että panostamalla naisten toimeentuloon, autetaan samalla koko heidän perhettä sekä kyläyhteisöä. Lisäksi Naisten Pankki kehittää lahjoituksilla uusia innovatiivisia hankkeita, joiden avulla parannetaan naisten yrittäjyyttä. (Naisten Pankki 2014b, 15–16.)

Tähän mennessä Naisten Pankki on auttanut yli 16 000 naista ja heidän lisäksi apua on saanut välillisesti yli 60 000 ihmistä (Naisten Pankki 2015a). Kehitysmaiden naiset ovat hankkeiden avulla voineet esimerkiksi työskennellä ompelijoina, pitää kanalaa tai saada kokin ja leipurin ammatin.

2.4 Naisten Pankki Porvoo

Tämän työn toimeksiantaja Naisten Pankki Porvoo on yksi Naisten Pankin paikallisryhmistä. Naisten Pankki Porvoo on aloittanut toimintansa vuoden 2010 loppupuolella ja sitä oli perustamassa Johanna Olkanen. Toiminnan aloittamiseksi järjestettiin tilaisuus, johon saapui ihmisiä, joiden mielestä idea oli hyvä. Tässä vaiheessa suurin osa jäsenistä oli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun henkilökuntaa. Alusta lähtien tavoitteena oli kuitenkin saada mukaan ihmisiä myös koulun ulkopuolelta ja vähitellen siinä onnistuttiinkin. (Vennonen 8.3.2015.)

Tällä hetkellä Naisten Pankki Porvoon vetäjänä toimii Helena Vennonen, joka sai roolin Olkasen luopuessa tehtävästä. Vennonen on ollut mukana toiminnassa alusta lähtien ja ollut niin sopankeittäjänä, kirpputorimyyjänä kuin pullan leipojanakin. Keväällä 2014 Vennonen osallistui Naisten Pankin kevätpäiville ja tutustui tarkemmin Naisten Pankin toimintaan. Lisäksi hän on suorittanut nettikurssin, jossa käydään läpi enemmän Naisten Pankin toimintatapoja. (Vennonen 8.3.2015.)

Naisten Pankki Porvoo on toteuttanut erilaisia tempauksia, joissa on kerätty varoja kehitysmaiden naisten hyväksi. Toiminta alkoi kirpputoreilla, joissa myytiin kodin tavaraa opiskelijoille ja myös useita kirjakirpputoreja on järjestetty. Naisten Pankki Porvoo on osallistunut Mahdollisuuksien torille muutaman kerran ja Porvoo Campuksella on järjestetty supilovahveromaistiaisia, pikkujouluja sekä syntymäpäiviä. Näiden lisäksi on toteutettu Soroptimistien kanssa kevätkävely Humlan majalle ja takaisin. (Vennonen 8.3.2015.)

Loviisa on yksi Naisten Pankin paikallisryhmistä ja Vennonen (8.3.2015) kertoo, että keväällä 2014 Naisten Pankki Porvoo ja Loviisa tapasivat Loviisassa ja kaavailivat yhteistyötä. Tällöin tärkeimmäksi koettiin yhteiset ponnistelut Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman onnistumiseksi. Vennonen oli Loviisan Wanhat Talot -tapahtumassa mukana, jolloin Naisten Pankki Loviisan jäsenet myivät muun muassa huiveja ja koruja. Yleisesti ottaen Naisten Pankki Loviisan jäsenet ovat olleet mainioita motivoijia. (Vennonen 8.3.2015.) Lisäksi yhteinen ideointi tapahtumaa varten on hyödyttänyt molempia paikallisryhmiä.

2.5 Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma

Ensimmäinen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma järjestettiin vuonna 2010, jonka jälkeen tapahtuma on ollut jokavuotinen. Tapahtuma on valtakunnallinen ja suurin osa 36 paikallisryhmästä järjestää itsenäisen tapahtuman sovittuna päivänä. Tapahtuma on kasvanut vuosien mittaan ja vuonna 2011 kävelijöitä oli 400 henkilöä, josta määrä on kasvanut noin 1 500 kävelijään. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumissa kerätään lahjoituksia niin yrityksiltä kuin yksityisiltä ihmisiltä. Lahjoituksia kerätään Naisten Pankin tavoitteiden mukaisesti kehitysmaiden naisten tukemiseksi. (Naisten Pankki. 2015c)

Tapahtuman sisältö vaihtelee paikallisryhmittäin, mutta pääajatuksena on, että osallistujien kanssa kävellään muutaman kilometrin pituinen kävelyreitti ja samalla kerätään lahjoituksia sekä tehdään Naisten pankin toimintaa tunnetummaksi. Tapahtuman ympärille voidaan kehittää myös muutama aktiviteetti ja ohjelmaa, kuten arpajaiset ja alkuverryttelyä. Tapahtumaan ovat tervetulleita kaikki ja osallistua voi yksin tai ryhmän kanssa. (Vennonen 14.4.2014.)

3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumia on monenlaisia ja sen vuoksi tapahtumalle on myös erilaisia määritelmiä. Bladen, Kennell, Abson ja Wilde (2012, 4) esittävät määritelmän, jonka mukaan tapahtumat ovat väliaikaisia ja niiden tarkoituksena on kerätä ihmisiä yhteen. Tapahtumat eroavat normaaleista yritysten liiketoimista siten, että niille on selkeästi määritetty alku sekä loppu ja ne voidaan viedä läpi onnistuneesti, kun niille on ennalta suunniteltu aikataulu sekä ohjelma. Yleensä tapahtumat syntyvät siitä, että ihmiset kokoontuvat yhteen, joko pienenä tai suurena joukkona. Tapahtumat voivat olla luonteeltaan virallisia tai vapaamuotoisia ja niiden laajuus vaihtelee paljon. Tapahtumalle voidaan saada arvoa hankkimalla tapahtuman suojelijaksi joku arvovaltainen henkilö. (Bladen ym. 2012, 4-8; Harju 2003, 16; Vallo & Häyrinen 2014, 107.)

Tapahtumatyyppejä ovat muun muassa musiikkijuhlat, markkinat, yhteiskunnallisesti sävyttyneet tilaisuudet, vuodenaikaan liittyvät tapahtumat, konferenssit, tuotteiden lanseeraustilaisuudet, varainkeruutilaisuudet, sekä kaikenlaiset muut tapahtumat. Merkittäviä suomalaisia tapahtumia ovat muun muassa, Savonlinnan Oopperajuhlat, Ankka-, Provinsi- ja Ilosaarirock, joulun ja pääsiäiseen liittyvät uskonnolliset tapahtumat, Silakkamarkkinat sekä Oulun kansainvälinen lastenelokuvien festivaali. (Conway 2009, 14; Kauhanen 2002, 18-22.)



Kuvio 2. Onnistuneen tapahtuman malli.

Vallo ja Häyrinen (2014, 103, 109) kuvaavat onnistunutta tapahtumaa tähtenä, joka sykkii lämmintä valoa ja iloa mukanaolijoille. Tämä lämpimän valon ja ilon tähti muodostuu kah-

desta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta, joissa kummassakin on kolme kysymystä. Näihin kysymyksiin tulee vastata ennen suunnittelun aloittamista. Strategisen kolmion kysymykset ovat miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja mitä, missä ja milloin järjestetään. Operatiivisen kolmion kysymykset ovat miten järjestetään, millainen järjestetään ja kuka tai ketkä järjestävät. (Vallo & Häyrinen 2014, 103-109.)

3.1 Projektinhallinta

Tapahtumaa ei voida toteuttaa ilman henkilökuntaa, johon voidaan lukea mukaan kaikki, jotka jollakin tavalla osallistuvat tapahtuman tekemiseen, niin esiintyjät, siivoojat kuin tal-kooväki. Jokainen tapahtuma on erilainen ja siten myös tapahtumaan tarvittava henkilökunta riippuu monesta eri tekijästä. Tapahtumaa varten on tärkeätä pohtia, mitä henkilökunnalta vaaditaan tapahtumaan. Tapahtuma vaatii paljon työtä ja sen vuoksi tulee määrittää selkeästi kaikkien roolit ja työtehtävät. (Conway 2009, 172-173; Trissa, Kulttuurin kehittämiskeskus, Etelä-Pohjanmaan liitto, 11.)

Riippumatta siitä, onko järjestettävä yleisötapahtuma muotinäytös, urheilukilpailu, kulttuuri-, urheilu- tai rekrytointitapahtuma tai joku muu, on niiden järjestäminen järjestäjälle monitahoista. Huomioon otettavaa on paljon ja usein monet asiat osaisi tehdä oikein vasta seuraavalla kerralla. Kauhanen (2002, 26) suosittelee järjestämään yleisötapahtuman projektityöskentelyn periaatteiden mukaisesti. Projektin vaiheet voidaan jakaa kahdeksaan keskeiseen osioon seuraavalla tavalla:

1. Projektin valitaan alustavasti
 2. Päätös projektin aloittamisesta = projekti perustetaan
 3. Tausta ja esiselvitysten teko
 4. Projektin suunnitteleminen
 5. Toteutettavuuden sekä riskien arvioiminen
 6. Toteutus
 7. Päättäminen
 8. Arviointi
- (Kauhanen 2002, 26.)

Projekti voidaan hylätä vaiheissa 4-5, mikäli sen toteuttamista ei koeta kannattavaksi. Mikäli projektin ylin johto eli esimerkiksi yhtiön johtoryhmä päättää toteuttaa projektin, tulee valita projektiorganisaatio, joka huolehtii toteutuksesta. Ensin valitaan asettaja, joka on joko yksi henkilö tai ryhmä henkilöitä, jotka päättävät suunnittelun aloittamisesta. Asettaja nimeää normaalisti yhden henkilön vastuuseen projektista. Vastuuhenkilön titteli, esimerkiksi projektipäällikkö, vaihtelee projektin suuruuden ja luonteen mukaan. Projektin asettajan tehtäviä ovat muun muassa päätöksen tekeminen projektin aloittamisesta, keskeyttämisestä ja päättämisestä, projektin johtoryhmän nimeäminen, vastata projektin käytettä-

vissä olevista taloudellisista resursseista sekä ratkaista projektiorganisaatiossa ilmeneviä sisäisiä erimielisyyksiä. (Kauhanen 2002, 26, 31-32.)

Projektin johtoryhmä on projektin asettajan edustaja ja projektin korkein päättävä elin. Sen jäsenet kootaan yleensä niin, että heidän tiedoillaan, taidoillaan ja yhteiskuntasuhteillaan mahdollistetaan projektiryhmän työn onnistuminen. Johtoryhmän tehtäviä ovat muun muassa projektin ajallisten, sisällöllisten ja taloudellisten tavoitteiden määrittäminen, projektipäällikön nimeäminen, projektin keskeisten päätösten tekeminen, projektin edistymisen seuranta sekä projektin päättäminen ja loppuraportin hyväksyminen. (Kauhanen 2002, 32.)

Kokonaisvastuun projektin suunnittelusta, toteutuksesta ja lopputuloksesta kantaa projektipäällikkö. Hän raportoi projektin vaiheista ja taloudellisista seikoista ennalta sovitulla tavalla ja ajoituksella johtoryhmälle. Projektipäällikön tehtäviä ovat muun muassa projektisuunnitelman laatiminen muun projektihenkilöstön kanssa, projektiryhmän työskentelyn käynnistäminen ja ohjaaminen, projektiryhmän tiedoista ja taidoista huolehtiminen ja koulutus, huolehtiminen raportoinnista sekä projektin päättäminen. Tapahtumapäivänä projektipäällikkö on yhteyshenkilö kaikille tapahtumaan osallistuville tahoille ja hänen tulee ratkaista kaikki esiin tulevat ongelmatilanteet. Conway (2009, 11) nostaa projektipäällikön tärkeimmiksi tehtäviksi päätösten tekemisen tai niiden vahvistamisen ja yhteyshenkilönä toimimisen. (Leonardo UK National Agency 2006, 32, Kauhanen 2002, 33.)

Delegointi on varsinkin suurissa tapahtumissa tärkeää, sillä projektipäällikkö ei pysty viemään koko projektia läpi yksin. Delegoinnin ansiosta projektipäällikkö voi hyödyntää oman alansa asiantuntijoita ja samalla vähentää omaa työtaakkaansa. Tässä piilee kuitenkin oma vaaransa, sillä mitä useammalle tasolle tehtäviä delegoidaan, saatetaan luoda ongelmia kommunikaatiossa ja päätöksenteossa sekä lisätä väärinkäsityksiä. (Conway 2009, 13-14.)

Tarvittavan henkilökunnan suunnittelu kannattaa aloittaa listaamalla kaikki mahdolliset roolit, joita tapahtumassa voidaan tarvita. Tässä osiossa tulee ottaa huomioon, että tapahtumat ovat hyvin erilaisia ja niihin tarvitaan erilaisia työntekijöitä riippuen niiden luonteesta. Kun kaikki roolit on listattu, on päätettävä kuinka monta työntekijää kuhunkin rooliin ja työtehtävään tarvitaan, pitäen mielessä tapahtuman koko ja siihen tarvittava työmäärä. Rooleja tulee verrata vapaana oleviin työntekijöihin ja pohtia onko joitakin tehtäviä mahdollista yhdistää vai tuleeko yhden roolin työtaakkaa jakaa. Näiden vaiheiden jälkeen on määriteltävä toimenkuvat. Tämä tarkoittaa sitä, että kunkin roolin kohdalla listataan henkilöltä vaaditut taidot, kyvyt sekä kokemus, rooliin kuuluvat työtehtävät eli toimenkuva, koulutus aikataulu ja vaadittavat varusteet. Tällaisen prosessin taso riippuu siitä, kuinka suu-

resta tapahtumasta on kyse. Mikäli tapahtuma on pienempi ja toteutetaan vapaaehtoisten voimin, voidaan työtehtävät jakaa vapaamuotoisesti henkilöille, joilla on kiinnostusta tiettyä tehtävää kohtaan. (Raj, Walters & Rashid 2013, 65; Conway 2009, 176-177.)

Projektiryhmän jäsenen tulee olla kiinnostunut oman vastualueensa toteuttamisesta. Hänen tulee olla sitoutunut ja yhteistyökykyinen. Hän työskentelee projektipäällikön alaisuudessa, paitsi jos kyseessä on matriisiorganisaatio, jolloin he työskentelevät määritellyn ajan verran vastuussa projektista. Projektiryhmän jäsenen vastualueena on muun muassa osallistuminen projektisuunnitelman laatimiseen, raportointi ja työn tulosten dokumentointi, projektipäällikön antamien tehtävien tekeminen saadussa aikataulussa sekä oman ammattitaidon ja työskentelymenetelmien kehittäminen. (Kauhanen 2002, 33-34.)

Projektissa voi olla mukana myös tukihenkilöstöä. Heitä voidaan tarvita, mikäli projektiryhmän sisältä ei löydy jotain tietynlaista osaamista. Tyypillisesti tukihenkilöstöä tarvitaan kirjanpidon tai taloushallinnon tekemiseen. Ne ovat välttämättömiä palveluita, mutta helpoja hankkia ulkopuolelta. Tukena voi olla myös vaikkapa mainostoimisto tai sponsoreiden hankkija. Tärkeää on kuitenkin, että näiden ulkopuolisten tukihenkilöiden roolit on määritelty kirjallisesti hyvissä ajoin, jotta sovitut asiat voidaan myöhemmin, tarpeen vaatiessa selvittää. (Kauhanen 2002, 34.)

Pelin (2009, 25) kiteyttää projektijohtamisen seuraavasti ”projektijohtaminen tarkoittaa yrityksen tai yhteisön toiminnan organisoimista siten, että pääosa työstä tehdään projektiryhmissä ja linjahenkilöstön määrä on pieni”. Kauhasen edellä kuvattua ”mallia”, jossa projektiorganisaatioon kuuluu asettaja, johtoryhmä, projektipäällikkö, projektiryhmän jäsenet sekä tukihenkilöstö on siis yksinkertaistettuna projektin johtamisjärjestelmä, jossa on projektiorganisatoriset käskysuhteet. Keskeistä onnistuneessa johtamisessa on toiminnassa mukana olevien henkilöiden sitouttaminen työskentelyyn ja vastuun sekä tehtävien jakaminen tarkoituksenmukaisesti. Projektipäällikön on osattava luottaa muihin työntekijöihin eikä pyrkiä tekemään kaikkea itse. Onnistuneet ihmisvalinnat sekä henkilökunnan motivointi ovat tärkeitä tekijöitä onnistuneessa projektijohtamisessa. (Pelin 2009, 25; Kauhanen 2002, 32.)

3.2 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman järjestämisprosessi jaetaan suunnitteluvaiheeseen, toteutusvaiheeseen ja jälkimarkkinointiin. Vallo ja Häyrynen (2014, 161-162) painottavat suunnitteluvaiheen merkitystä tapahtumaa toteutettaessa erittäin korkealle. Heidän mukaansa suunnitteluvaihe vie 75 % projektiin käytetystä ajasta, toteutusvaihe 10 % ja jälkimarkkinointi 15 %. Suunnitteluvaihe on siis selkeästi pisin ja aikaa vievin osio tapahtuman järjestämisprosessissa.

Suunnitteluvaiheeseen kuuluu projektin käynnistys, resursointi, ideointi, vaihtoehtojen varmistaminen ja käytännön organisointi. (Vallo & Häyrinen 2014, 161-162.)

Tapahtuman laajuus määrittelee suunnitteluvaiheen keston. Vallo ja Häyrinen (2014, 161) pitävät tapahtuman järjestämisen minimiaikana kahta kuukautta. Tällöin kaiken tulisi sujua kuin rasvattu, jotta tapahtumasta tulisi onnistunut. Lyhempi aika johtaa siihen, että joistain asioista, kuten tapahtuman tiloista tai esiintyjistä joudutaan tinkimään. Suurempien tapahtumien suunnitteluun voidaan kuluttaa jopa 2-3 vuotta. Esimerkiksi suuria kongresseja, joita varten pitää varata tietynlaiset tilat, saatetaan suunnitella jopa 3 vuotta. Olympialaisten suunnitteluun taas varataan aikaa tavallisesti noin 7 vuotta. (Vallo & Häyrinen 2014, 162, Kauhanen 2009, 23.)

Suunnittelu on tärkeää aloittaa riittävän ajoissa ja mukana tulisi olla alusta saakka kaikki ne joiden panosta tarvitaan tapahtuman toteutusvaiheessa. Mahdollisimman monen henkilön mukanaolo laajentaa näkökulmia, lisää ideoiden määrää sekä sitouttaa järjestäjät paremmin asetettuihin tapahtuman tavoitteisiin. Runsaasta määrästä ideoita on helpompaa karsia myöhemmin pois kuin toisinpäin. Hyviä suunnittelumenetelmiä ovat miellekartat sekä aivoriihet. Miellekartta toimii pohjana keskustelun syntymiselle ja kokoaa erilaisia ideoita samaan aikaan nähtäväksi ja tutustuttavaksi. Aivoriihityöskentelyssä taas tuotetaan kaikenlaisia, jopa hullujakin ideoita, joita vasta myöhemmin analysoidaan ja karsitaan pois tai muutetaan sopivammiksi. Lisäksi tapahtuman suunnitteluvaiheessa kannattaa tehdä SWOT -analyysi, jossa analysoidaan tapahtuman vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Tekemällä suunnittelun huolellisesti ja käymällä läpi monenlaisia ideoita kasvaa tapahtuman onnistumisenkin mahdollisuus. (Tapahtumatoimisto Tampere Event Office 2012, 7-8; Vallo & Häyrinen 2014, 161-162.)

Suunnitteluvaiheessa tehdään ajattelutyötä. Ennen tapahtuman toteutusta, on tapahtuman kulku kyettävä käymään mielessä läpi alusta loppuun, kuten sen haluaa todellisuudessa tapahtuvan. Käymällä tapahtuman toteutus huolellisesti mielessä läpi, voi löytää mahdolliset poikkeamat, unohdetut asiat tai jotain muuta pientä, joka voisi tapahtuman aikana koitua onnistumisen esteeksi. Esimerkiksi tilaisuudessa, jossa tarjoillaan ruokaa kertakäyttöastioista, tulee huolehtia siivouksesta. On tärkeää suunnitella vievätkö ruokailijat astiat itse roskeen vai hakevatko sitä varten varatut työntekijät roskat pois. (Vallo & Häyrinen 2014, 161-162.)

3.2.1 Tavoitteet

Tapahtuman onnistumisen tai epäonnistumisen mittaamista varten tarvitaan tavoitteita, jotka ohjaavat toimintaa. Tapahtuman tavoite voi olla hyvinkin yksinkertainen tai se voi olla monimutkaisempi, mutta sen tulee kummassakin tapauksessa olla helposti ymmärrettävissä ja kertoa selkeästi, miksi tapahtuma ylipäättään järjestetään. Aluksi on hyvä pohtia, mitä ollaan tekemässä ja miksi tapahtuma halutaan järjestää. Näin käydään läpi erilaisia motivaatioita, jotka liittyvät tapahtumaan, ja siten tavoitteet on helpompi muodostaa. (Conway 2009, 13-14; Suomen Pienyrittäjien Mainostoimisto. 19.10.2011.)

Vallo ja Häyrinen (2014, 112) painottavat, että tapahtumalla olisi hyvä olla jokin konkreettinen tavoite. Konkreettista tavoitetta voidaan mitata ja siten voidaan helposti arvioida onko tapahtuman tavoite saavutettu ja miten on onnistuttu. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa järjestäjän tulisi pitää mielessä tapahtuman jälkeinen tavoitetila eli mikä on tapahtuman aikaansaama muutos. (Vallo & Häyrinen 2014, 112-115.)

Asetetut tavoitteet ovat tehokkaita ja hyödyllisiä silloin, kun ne on asetettu SMART -tavoitteiden mukaisesti. Mallin nimi tulee englanninkielisistä sanoista specific, measurable, attainable, relevant ja time-bound. SMART -mallin mukaan tavoite on siis erityinen, mitattavissa ja saavutettavissa oleva, olennainen sekä aikaan sidottu. Tavoite on erityinen silloin, kun se on liitetty johonkin markkinoinnin osa-alueen toimintoon. Mikäli tavoite viittaa moneen eri markkinoinnin osa-alueeseen, sitä voi olla vaikea mitata ja arvioida. Kuten sanottu, tavoitteen tulee olla mitattavissa oleva eli sen tulisi olla kvantitatiivinen arvo, jolloin markkinoinnin toimenpiteiden tehokkuus nähdään helposti. Saavutettavissa oleva tavoite saadaan asetettua, kun analysoidaan markkinoinnin sisältöä ja näin ei aseteta saavuttamattomissa olevaa tavoitetta, joka ei palvele kenenkään etuja. (Sargeant 2005, 97-98; Suomen Pienyrittäjien Mainostoimisto. 19.10.2011.)

On tärkeää, että tavoite on olennainen eli sen pitää olla yhtenäinen organisaation yleisten tavoitteiden kanssa. Näin ollen markkinoinnin tavoitteen tehtävänä on täydentää organisaation tavoitteita yksityiskohtaisemmin ja siten auttaa koko organisaatiota pääsemään eteenpäin. Lisäksi tavoite tulee sitoa aikaan eli sille tulee asettaa aikaväli, milloin se on tarkoitus saavuttaa. Aikataulutus auttaa organisaatiota toteuttamaan toimenpiteitä, jotta tavoitteeseen päästäisiin. (Sargeant 2005, 98.)

Kun tavoitteet on asetettu, on aika pohtia strategiaa ja erilaisia toimia, joilla ne tavoitetaan. Tässä vaiheessa jokaisen tapahtuman järjestämisessä mukana olevan on hyvä pitää tavoitteet mielessä joka kerta, kun tehdään päätöksiä tapahtuman suhteen. Tehtyjen pää-

tösten tulee siis aina tukea ja edistää asetettua tavoitetta. Tavoite toimii tapahtuman suunnittelu vaiheessa hyvänä ohjenuorana, joka auttaa pysymään oikeiden asioiden äärellä. (Conway 2009, 13-14; Sargeant 2005, 98.)

3.2.2 Tapahtuman aika, paikka ja sisältö

Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää, että tapahtuman paikka on kaikin puolin sopiva juuri kyseiselle tapahtumalle. Tapahtuman paikkaa mietittäessä on otettava huomioon sen sijainti, tavoitettavuus, tilat, oheispalvelut, paikan imago, majoituspalvelut ja vuokratkustannukset. Etukäteen on tärkeää varmistaa muun muassa se, että varatussa paikassa olevat koneet ja kalusteet ovat tapahtuman alkaessa käyttövalmiina. (Trissa, Kulttuurin kehittämiskeskus, Etelä-Pohjanmaan liitto, 9.)

Tapahtuma voidaan järjestää missä tahansa tilassa. Tila voi olla joko organisaation oma tai jokin muu paikka. Ulkotapahtumissa on aina otettava huomioon sateen mahdollisuus ja se, onko osallistujien joukossa esimerkiksi liikuntaesteisiä. Tapahtumapaikka on hyvä tarkistaa jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa ja arvioida sen soveltuvuus tapahtumapaikaksi. Tapahtumapaikkaa arvioitaessa tulee arvioida muun muassa seuraavia asioita:

- tilan sopiminen organisaation imagoon
- kulkuyhteydet ja paikoitusmahdollisuudet
- liikuntarajoitteisten osallistuminen
- paikan koko ja sopivuus tapahtuman luonteeseen ja osallistujien määrään nähden
- äänentoisto ja tekniikka
- tarjoilun järjestäminen
- saniteettitilat.

(Vallo & Häyrynen 2014, 141, 143.)

Tapahtuman päivä, päivämäärä ja aika ovat tärkeitä tekijöitä, mutta ne jäävät usein liian pienelle huomiolle. Viikonpäivä, jolloin tapahtuma järjestetään, tulee valita sen mukaan, onko se vapaa-aikaan vai työhön liittyvä. Vapaa-ajan tapahtuma kannattaa yleisesti järjestää silloin, kun suurin osa ihmisistä ei ole töissä, eli lauantaina tai sunnuntaina. Toisaalta, jos tapahtuma on suunnattu työntekijöille, on se hyvä ajoittaa arkipäiville. Toisekseen on hyvä muistaa, että ei järjestä tapahtumaa tärkeänä päivämääränä, jolloin ihmisillä on muuta tekemistä, kuten itsenäisyyspäivänä. (Conway 2009, 48.)

Vallo ja Häyrynen (2014, 148) muistuttavat tapahtuman järjestäjää huomioimaan vuoden ajan, jolloin tapahtuma pidetään, sillä sää voi rajoittaa ja lisäksi esimerkiksi loma-ajat voivat vähentää osallistujamäärää. Näiden ohessa tapahtumajärjestäjän kannattaa pitää silmällä muita tapahtumia ja siten mahdollisia kilpailijoita, koska samalle päivälle voi osua montakin tapahtumaa yhdellä paikkakunnalla. Myös oman organisaation työntekijät tulee

ottaa huomioon ja varmistaa, että he ovat vapaita osallistumaan. (Vallo & Häyrynen 2014, 148.)

Tapahtuma-aika tulee suunnitella siten, että se maksimoi yleisömäärän. Aikaa päätettäessä tulee ottaa huomioon osallistujien aikataulut, tapahtuman sisältö sekä kustannukset. Aikaa tulee varata tarpeeksi, jotta tapahtuma saadaan vietyä läpi kunnialla ja suunnitellun kaltaisena. (Conway 2009, 49; Vallo & Häyrynen 2014, 149.)

Tapahtuman sisältö eli tuote tai palvelu on usein se ydinasia, jonka perusteella yleisö ensisijaisesti tekee päätöksen osallistua tapahtumaan. Tämän vuoksi tapahtumalle on tärkeää ideoida oikeanlainen sisältö. Sisältö on hyvä suunnitella haetun kohdeyleisön tarpeisiin. Vaikeasti miellyttävälle ja liikuteltavalle yleisölle täytyy antaa hyvää vastinetta heidän uhraamalleen ajalle. Samalla on hyvä miettiä onko oheispalveluille kysyntää ja pohtia kuinka oheispalvelut ja ydinsisältö saadaan rakennettua toisiaan tukeviksi kokonaisuuksiksi. Projektiryhmän ollessa tyytyväinen valittuun sisältöön, on ehdottoman tärkeää, että sisältöön ei tehdä projektin edetessä muutoksia. Pienikin muutos sisältöön voi aiheuttaa monia muutoksia projektin muihin järjestelyihin. Sitoutuminen sisältöön sekä muihin, projektin alussa päätettyihin asioihin on tärkeää tapahtuman onnistumiselle. (Conway 2009, 40; Iso-Aho & Kinnunen 2011, 26-27; Leonardo UK National Agency 2006, 11.)

Tapahtumia on lähes aina useita päällekkäin. Tämän vuoksi tapahtumien tulisi pyrkiä erottautumaan muista omaperäisyydellä, sisällöllään sekä oheispalveluillaan. Sillä, vastaako tapahtumajärjestäjä tai sidosryhmät oheispalveluiden järjestämisestä ei ole niin tärkeää kuin se, että laadukas tarjonta vastaa kohdeyleisön tarpeisiin. Yksinkertaistettuna: omaperäinen tapahtuma on erilainen kuin muut samaan aikaan järjestettävät tapahtumat. Judy Allen (2009, 17) huomauttaa tapahtuman tyylin vaikuttavan eri tavoin ihmisten tunteisiin. Hänen mielestään tapahtuman tyyliä ja luonnetta kannattaa pohtia erittäin tarkasti, sillä esimerkiksi tapahtuman romanttinen tyyli synnyttää ihmisissä helliä, pehmeitä ja intiimeitä tunteita. Sen sijaan tapahtuman hauska ja leikkisä luonne herättää ihmisissä valoisia, välittäviä ja helliä tunteita. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 26-27.)

Tapahtuman laatua taas voidaan katsoa kahdesta näkökulmasta. Esiintyjien tai sisällöntuottajien laatu toimii ensimmäisenä tapahtuma laadun mittarina. Toinen tapa mitata tapahtuman laatua on miettiä onko tapahtuman tarjoama sisältö linjassa tapahtuman toiminta-ajatuksen kanssa. Ennen tapahtuman järjestämistä tuleekin aina miettiä kilpailijoita ja sitä miksi oma tapahtuma erottautuu tai miksi se ei erottaudu näistä kilpailijoista. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 26-27.)

Tapahtuman jälkeen, arvioidessa tapahtuman onnistumista, on kävijöiden antama palaute erittäin hyödyllistä. Mikäli kävijä on saanut elämyksen, on sisällön tuottaminen ollut onnistunutta. Sen sijaan kävijän mieleen jäänyt vaisu tunnelma kertoo, ettei sisältö ole ollut tarpeeksi laadukasta. Käytännön kokemukset, ohjelman laatu, teknisten järjestelyiden onnistuminen, oheispalvelut, tapahtuman ulkonäkö sekä moni muu asia vaikuttavat kävijän muodostamaan kokonaiskuvaan hänen arvioidessa tapahtumakokemustaan. (Iso-Aho, J. & Kinnunen, J. 2011, 26-27.)

3.2.3 Tapahtuman budjetti

Tapahtuman budjetti on arvio niistä tuloista ja menoista joihin tapahtumasuunnittelun sekä kerätyn informaation avulla osataan varautua. Budjetin laatiminen ja siinä pysyminen on tärkeä osa projektin onnistumista. Huolellisesti tehdyn budjetin turvin voidaan hyvinkin luotettavasti ennustaa tullaanko tapahtumalla tekemään voittoa, tappiota vai nollatulos. Budjettiin tulee laskea mukaan kaikki pienimmätkin kuluja sekä tuloja synnyttävät tekijät. Budjetin avulla voidaan myös määritellä tapahtuman konseptia. Mikä on tärkeintä tapahtumassa ja mikä vähemmän tärkeää eli mihin tulee panostaa enemmän ja mihin vähemmän. (Allen 2009, 41-42, Leoisaac.)

Tapahtumaa järjestäessä joihinkin asioihin menee ja tuleekin kuluttaa enemmän rahaa kuin toisiin. Budjetoinnissa tuleekin määrittää nämä tärkeät asiat, kuten vaikkapa markkinointi, tilavuokra ja henkilöstökulut. Vähemmän tärkeitä asioita kuluttaa rahaa voisivat olla vaikkapa tarjottava ruoka tai somistaminen. Asioiden tärkeysjärjestys riippuu usein tapahtuman luonteesta. Budjetissa pysymisessä helpottaa esimerkiksi Excel -tiedoston tekeminen, johon lasketaan kaikki tapahtumaan suunnitellut materiaalit ja katsotaan, pysytäänkö suunnitelluilla materiaaleilla ja niiden hinnoilla budjetissa. Mikäli budjetti ylittyy, voidaan pohtia vaihtoehtoisten materiaalien hankkimista tai hylätä jokin materiaali kokonaan. (Allen 2009, 41-42, Leoisaac.)

Budjetti tulisi tehdä jo projektin alkaessa, sillä mikäli tapahtuman tulosennuste on synkkä, voidaan tapahtuman järjestäminen perua ennen kuin siihen uhrataan enempää aikaa tai rahaa. Leo Isaac perustelee näkemystään sillä, että mikäli tapahtumalla ei uskota saavutettavan rahallista tai jotain muuta tavoitetta ei sitä varten kannata varata esimerkiksi tilaa, päivämäärää tai esiintyjäikään. Tietenkään ei voida olettaa, että jokainen kulu on laskettuna projektin varhaisessa vaiheessa laadittuun budjettiin, vaan informaation lisääntyessä ja muuttuessa tulee myös budjettia muokata. Esimerkiksi kaupungin tai sponsoreiden antamien tukien määriä ei voida tarkalleen määrittää heti, vaan ne selviävät vasta alkuperäi-

sen budjetin laatimisen jälkeen. Pelin (2009, 179) painottaa, että ennen budjetin laatimista, tulee tehtävien suoritusjärjestys sekä projekti aikataulu olla tehtynä. (Leoisaac.)

Huolimatta siitä, että budjetti elää, on olemassa joitain sääntöjä joita olisi hyvä noudattaa tapahtumabudjettia suunniteltaessa. Ensinnäkin budjetti olisi hyvä laatia siten, että tapahtumalla päästäisiin suurista uhkakuvista huolimatta vähintään nollatulokseen eli lasketaan tarvittavien tulojen määrä, jotta kaikki menot pystytään maksamaan. Toinen tärkeä muistisääntö on olla realistinen tulojen suhteen, eikä yltiöoptimistinen. Liian suuri arvio tuloista voi johtaa jopa konkurssiin, mutta on valitettavasti hyvin yleistä, että niin tapahtuu. Viimeisenä muistettavana asiana budjetin tekijän tulisi laatia hyvin tarkka riskienhallintasuunnitelma. Kaikkeen, kuten sponsorin, esiintyjän tai huonon sään vaikutukseen tulisi aina varautua. Vastaaminen etukäteen lukuisiin ”mitä jos” -alkuisiin kysymyksiin helpottaa riskien hallitsemisessa ja sitä kautta luodaan pohjaa hyvää tulosta tuottavalle tapahtumalle. (Leoisaac.)

Tapahtuman synnyttämät tuotot vaihtelevat jonkin verran tapahtuman luonteen mukaan. Yleisiä tapahtumassa tuloja tuovia seikkoja ovat esimerkiksi sisäänpääsy- tai arvontalippujen myynti, sponsoreilta tai yhteistyökumppaneilta saatavat tulot, tuotteiden myyminen tai oma rahoitus. Tapahtumaa suunniteltaessa olisi hyvä pohtia jonkinlaista ansaintalogiikkaa eli voiko tapahtuman aikana järjestää oheistoimintaa, jolla tuloja saataisiin kasvatettua. Eräs keino lisätulojen hankkimiseen on myyntipisteiden vuokraaminen tapahtumalueelta. (Tapahtumatoimisto Tampere Event Office 2012, 6.)

Tapahtuman järjestämisestä syntyy järjestäjälle lukuisia erilaisia menoja. Maksettavaksi saattaa tulla erilaisia vakuutus- turvallisuus- ja lupamaksuja. Tilojen ja laitteiden vuokraaminen tai ostaminen maksaa. Henkilökunnan palkka, vaatteet, tarvikkeet, ruoka, juoma, arpajaispalkinnot, mitalit sekä muut tapahtuman aikana jaettavat materiaalit maksavat. Suurimpana yksittäisenä kustannuksena lienee yleensä markkinointiin liittyvät kustannukset. Kaikenlainen printtaaminen, flyereiden, julisteiden, esitteiden ja muiden markkinointimateriaalien tuottaminen ja esittäminen tuovat kustannuksia hyvinkin nopeasti. Sitä varten tulee yleensä varatakin runsaasti aikaa ja rahaa. Budjettia laatiessa tulee myös muistaa, että logistiikkaan, kuten varastointiin ja kuljetukseen uppoaa rahaa vaivihkaa hyvinkin paljon. Meneminen autolla paikasta A paikkaan B, vaikka vain pienenkin matkan kerrallaan tuo kustannuksia. (Leoisaac; Tapahtumatoimisto Tampere Event Office 2012, 6, Marketo.)

3.2.4 Kohderyhmä ja segmentointi

Massamarkkinoinnissa kaikille kuluttajille tarjotaan samaa tuotetta tai palvelua. Markkinoija voi kuitenkin vain harvoin tyydyttää markkinoiden kaikkia osapuolia. Kaikki eivät tykkää samoista asioista, vaan mieltymykset eroavat parhaimmillaan hyvinkin paljon. Toiset tykkäävät toisenlaisesta elokuvasta, ravintolasta, muroista tai autosta. Tämän vuoksi markkinoijat jakavat markkinoita segmentteihin. Tehtäessä segmentointia ihmisten sosiaaliset, taloudelliset, psykologiset ja demografiset tekijät otetaan huomioon. (Entrepreneur; Kotler 2005, 53; Sihvonen 2001.)

Segmentointi on siis markkinoiden jakamista toisistaan erottuviin asiakasryhmiin, joista organisaatio voi valita omat kohderyhmänsä. Segmentoinnin merkitys korostuu aloittaessa uutta liiketoimintaa, mutta tunnistettaessa asiakaskohderyhmien erityistarpeita ja toimintatapoja, segmentointia tarkennetaan. Kohderyhmällä taas tarkoitetaan tiettyä ryhmää kuluttajia, joille yritys tai muu organisaatio suuntaa tuotteitaan ja palveluitaan. (Hollanti & Koski 2007, 36; Kotler 2005, 53.)

Markkinoinnin kohdentaminen liian suurelle yleisölle on haastavaa, joten kohderyhmäksi on hyvä valita ryhmä kuluttajia, jotka todennäköisimmin ostavat tuotteita tai palveluita. Valittaessa kohderyhmää on hyvä pyytää lähipiiriinsä kuuluvilta ihmisiltä konsultaatioapua. Kohderyhmää määrittävä henkilö voi helpon mielikuvaharjoituksen avulla saada käsityksen siitä mikä yrityksen kohderyhmä voisi olla. Harjoituksessa täytyy vain kysyä tavalliselta kuluttajalta esimerkiksi ”minkälaisen ihmisen uskot palkkaavan jonkun maalaamaan hänen keittiön lattiaansa maalilla, joka saa lattian näyttämään marmorilta”. Mikäli jokin vastaus toistuu usein, on kohderyhmä valittu. (Entrepreneur.)

Kohderyhmää ei ole hyvä valita kuluttajien iän perusteella, koska ihmisten elämät eivät ole automaattisesti samanikäisenä samanlaisia. Maailma on täynnä esimerkkejä siitä, miten eri-ikäiset ihmiset tekevät ja pitävät aivan eri asioista. Toiset asuvat 30-vuotiaana vielä vanhempiensa luona, toiset menevät naimisiin 64-vuotiaana, kun toiset ovat jo eläkkeellä ja asenteeltaan elämänsä ehtoopuolella. Kuten segmentoinnissakin, tulee kohderyhmä valita muiden tekijöiden perusteella. Tekijät, kuten sukupuoli, tulotaso ja poliittinen vakaumus kertovat ihmisestä paljon enemmän kuin pelkkä ikä, joten niitä on järkevämpää käyttää hyväksi kohderyhmän valinnassa. (Entrepreneur.)

Kohderyhmien määrittelyn jälkeen tehdään suunnitelmat, joiden mukaisesti kutakin kohderyhmää lähestytään. Jokaiselle kohderyhmälle luodaan siis oma suunnitelmansa - tehdään tarjous, joka antaa kyseiselle kohderyhmälle jotain lisäarvoa. Kohderyhmä eli asia-

kas hyväksyy tarjouksen, johon he ovat tyytyväisiä ja joka tarjoaa heille tarpeeksi sitä mitä he etsivät. Arvoja, joilla asiakkaita voidaan hankkia, ovat muun muassa: Hinta, laatu, toimivuus, kotimaisuus (alkuperämaa) tai suorituskky. Yleensä näistä arvoista luodaan jonkinlainen ”paketti” jolla tuotetta markkinoidaan. Tuotteiden tai palveluiden hinta määräytyy yleensä arvojen määrän muuttuessa suuremmaksi tai pienemmäksi. (Kotler 2005, 53–54.)

3.2.5 Tapahtumabrief ja käsikirjoitus

Riippumatta siitä, järjestetäänkö tapahtumaa oman organisaation sisäisesti tai yhteistyössä tapahtumatoimiston kanssa tulee tehdä tapahtumabrief. Siinä määritellään ne reunaehdot, jotka tiedetään tapahtuman suunnittelua aloitettaessa. Tapahtumabrief voidaan käyttöönottaa oman organisaation suunnittelupalaverissa tai antaa ulkopuoliselle tapahtumatoimistolle. Tapahtumabriefiä tehdessä voidaan vastata seuraaviin yhdeksään kysymykseen:

- Miksi tapahtuma järjestetään? Tavoite.
 - Mitä tapahtumalla tahdotaan viestiä?
 - Kenelle se järjestetään?
 - Mitä järjestetään?
 - Miten tapahtuma toteutetaan?
 - Millainen tapahtuma järjestetään (eli mikä on sen sisältö)?
 - Ketkä toimivat isäntinä?
 - Millaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan?
 - Mikä on tapahtuman budjetti?
- (Vallo & Häyrynen 2014, 163-164.)

Tapahtumakäsikirjoituksen Vallo ja Häyrynen (2014, 165) rinnastavat näytelmän käsikirjoitukseen, joka alkaa vieraiden saapuessa ja näytelmän alkaessa. Käsikirjoitus päättyy, kun jokainen vieras on poistunut paikalta. Tämä työkalu kertoo tapahtumassa työskenteleville mitä, missä ja milloin jotakin tapahtuu. Käsikirjoitusta tehdessä on syytä muistaa, että jotakin tapahtuu näytelmän jokaisena hetkenä. Yleisö näkee vain estradilla tapahtuvat asiat, mutta todellisuudessa kulisseyissa tapahtuu asioita, ehkä jopa estradiakin enemmän. (Vallo & Häyrynen 2014, 165.)

Jokaiselle näytelmää järjestämässä olevalla tulee antaa käsikirjoitus heidän omasta roolistaan. Äänentoistosta ja tekniikasta vastaavat, ruokailua järjestävät, mahdollinen juontaja sekä muu henkilökunta hoitavat kukin oman osansa näytelmässä omalla vuorollaan. Kaikkien hoitaessa osansa oikealla hetkellä, oikeassa paikassa, oikealla tavalla muodostuu yksi ja suuri palapeli, kokonaisuus, jonka perusteella näytelmän yleisö arvioi tapahtumaa. Käsikirjoitus muuttuu normaalisti jopa näytelmän aikana eli kaikki ei mene kuten on etukäteen suunniteltu ja harjoiteltu. Mikäli suunnitelmassa ei pysytä, ratkaistaan ongelmat yleisöltä piilossa. Mikäli jossain kohtaa näytelmää estradille laitetaan vääränlainen valaistus tai ruokaa tarjoillaan pöydän vasemmasta ja juomaa pöydän oikeasta reunasta, ei isännän

ole tarpeellista selitellä asiaa yleisölle. Jonkin mennessä käsikirjoituksesta poiketen, on vain oltava hiljaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 166.)

3.2.6 Lupa-asiat ja lahjoitusten kerääminen

Tapahtuman järjestäjän tulee ottaa huomioon kaikki mahdollisesti tarvittavat luvat, kuten anniskelulupa, arpajaislupa tai tiensulkemislupa. Ulkoilmatapahtumat vaativat myös maanomistajan luvan maankäyttöön, mikäli tapahtumaa ei toteuteta järjestäjän omistamalla alueella. Siinä tapauksessa, että tapahtuma järjestetään kunnan maa-alueella, kuten kadulla, torilla, puistossa tai muulla yleisellä alueella, on niiden käyttö kaupallisen tapahtuman paikkana maksullista ja siihen edellytetään kunnan lupa. Lupa saadaan useimmiten ottamalla yhteyttä kaupungin tai kunnan kiinteistövirastoon. (Trissa, Kulttuurin kehittämisskeskus, Etelä-Pohjanmaan liitto, 13; Vallo & Häyrinen 2014, 153.)

Tapahtumaa varten järjestäjien tulee tehdä poliisille kirjallinen ilmoitus yleisötilaisuudesta. Ilmoitus täytyy tehdä minimissään viisi vuorokautta ennen tapahtuman ajankohtaa. Ilmoitusta varten tulee täyttää ”ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä” -lomake. Lisäksi poliisi voi pyytää muita tapahtumaan liittyviä selvityksiä, kuten järjestämispaikan omistajan luvan tai muita lainsäädännön vaatimia ilmoituksia, lupia tai toimenpiteitä. Poliisin palveluhinnaston mukaan yleisötilaisuutta koskevan ilmoituksen käsittely maksaa 25 euroa ja tämän lisäksi päätöksenteon vaatimasta työajankäytöstä voidaan periä lisämaksuna 55 euroa, kun aikaa käsittelyyn kuluu enintään kaksi tuntia. (Poliisi 2014a; Poliisi 2014b.)

Tapahtumissa soitetaan usein musiikkia, jolloin mahdollisesti syntyvästä melusta tulee tehdä ilmoitus ympäristökeskuksen neuvovalle ympäristötarkastajalle. Elävän ja mekaanisen musiikin käyttämiseen on maksettava tekijänoikeusmaksuja ja sitä varten on oltava lupa Teostolta. Teosto -luvan hinta vaihtelee ja sen suuruus riippuu muun muassa tapahtumatyypistä ja luvan voimassaoloajasta. (Teosto 2015; Vallo & Häyrinen 2014, 153).

Tapahtumassa, jossa kerätään ihmisiltä lahjoituksia, tarvitaan voimassa oleva rahankeräyslupa. Rahankeräyslain (Finlex 31.3.2006/255) mukaan ”rahankeräyksellä tarkoitetaan toimintaa, jossa yleisöön vetoamalla kerätään vastikkeetta rahaa”. Vastikkeeksi saa antaa ainoastaan rahankeräysluvan saajan tai keräystunnuksen, jolla ei ole itsenäistä taloudellista vaihdanta-arvoa. (Finlex 2006; Poliisi 2014c.)

Rahankeräyksen saa siis toimeenpanna varojen hankkimiseksi ainoastaan yleishyödyllisen toimintaan. Varoja saa hankkia myös taloudellisissa vaikeuksissa olevan yksittäisen henkilön tai perheen auttamiseksi. Lisäksi varoja voidaan hankkia päiväkodin ryhmän,

koululuokan tai vakiintuneen opinto- tai harrasteryhmän opiskelun tai harrastustoiminnan edistämiseksi. (Finlex 2006; Poliisi 2014c.)

Rahankeräyslupa maksaa 53 euroa ja Suomessa luvan antaa joko paikallinen poliisilaitos tai poliisihallitus riippuen rahankeräyksen toimeenpanoalueesta. Mikäli rahankeräystä harjoitetaan yhden poliisilaitoksen toimialueella tai sen osalla, esimerkiksi yhden kunnan alueella, riittää paikallisen poliisilaitoksen myöntämä lupa. Rahankeräystä toimeenpantaessa tätä laajemmalla alueella vaaditaan poliisihallituksen lupa. Rahankeräyslupaa tulee aina hakea kirjallisesti ja hakemukseen tulee liittää seuraavat asiakirjat:

- Keräys- ja käyttösuunnitelma.
- Ajantasainen yhdistys-, säätiö- tai kaupparekisteriote / ote julkisoikeudellisen yhdistyksen ylläpitämästä rekisteristä, joka saa olla enintään 3 kuukautta vanha lupahakemuksen päiväyksestä laskettaessa.
- Jäljennös yhteisön tai säätiön säännöistä.
- Toimintakertomus tai muu selvitys siitä, että luvan haltija on toiminut tarkoituksensa toteuttamiseksi.
- Jäljennös viimeksi hyväksytystä tilinpäätöksestä.
- Ote rahankeräyksen toimeenpanoa koskevasta pöytäkirjasta.

(Finlex 2006, Poliisi 2014c.)

Rahankeräysluvan voimassaoloaika vaihtelee. Hakijan toiminnan ja keräyksen tarkoituksesta johtuvasta perustellusta syystä voidaan rahankeräyslupa saada enimmillään viiden vuoden määräajaksi. Yksittäisen henkilön tai perheen auttamiseksi toimeenpantavaan rahankeräykseen lupa voidaan myöntää enintään kuuden kuukauden määräajaksi. Luvan määräämää toimeenpanoaikaa ei voi jatkaa, vaan lupaa tulee hakea uudelleen määräajan umpeuduttua. (Finlex 2006; Poliisi 2014c.)

Jokaista rahankeräystä varten tulee avata oma erillinen pankkitili tai erilliset pankkitilit. Tilitys on toimitettava kuuden kuukauden sisällä lupa-ajan päättymishetkestä luvan myöntäneelle viranomaiselle, jonka tulee tarkastaa ja hyväksyä tilitys. Kerätyt varat on käytettävä rahankeräysluvan ilmoittamaan käyttötarkoitukseen. Saatuja varoja saa käyttää keräyksen toimeenpanon kannalta välttämättömiin kustannuksiin. (Finlex 2006; Poliisi 2014c.)

3.2.7 Riskienhallinta ja turvallisuus

Riskienhallintaa pidetään tärkeänä nykypäivän maailmassa ja nykyään se huomioidaan yhä useammin myös tapahtuma-alalla. Eriasteisena, riskienhallinnalla on keskeinen asema tapahtuman suunnittelussa ja toteuttamisessa, joihin liittyy erilaisia vastuita. Riskienhallinta tulisi sulauttaa jo varhaisessa vaiheessa tapahtumaprojektiin sekä pitää se mukana koko prosessin ajan. Näin voidaan varmistaa, että kaikki riskit otetaan mahdollisimman hyvin huomioon ja ne hallitaan tehokkaasti. (Rutherford Silvers 2008, 3.)

Riskienhallintaprosessi auttaa organisaatiota tunnistamaan tavoitteita uhkaavat riskit, se helpottaa johtoa analysoimaan tunnistettuja riskejä ja niiden vaikutuksia ja näiden lisäksi se edesauttaa valitsemaan kullekin riskille parhaiten sopivimman hallintakeinon arvioinnin pohjalta (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a).

Riskillä tarkoitetaan mahdollisuutta sille, että jotakin hyvää tai jotakin pahaa voi tapahtua. Tapahtuman riski on mikä tahansa tila tai sattuma, joka voi vaikuttaa tapahtuman lopputulokseen ja altistaa sen mahdollisesti tappion mahdollisuudelle ja muille seurauksille. Riskienhallinnalla pyritään suojelemaan varoja, minimoimaan lailliset sekä taloudelliset vastuut, kontrolloimaan mahdolliset tappiot, hallitsemaan kunnolla kasvua sekä toimimaan vastuullisesti. Lailliset ja eettiset vastuut, terveys ja turvallisuus, tappion estäminen, hätätilanteisiin valmistautuminen sekä hyvä päätöksenteko kuuluvat keskeisesti riskienhallintaan. (Rutherford Silvers 2008, 4.)

Yrityksien tulisi pitää aina mielessä, että riskienhallinnan prosessi on jatkuva prosessi ja sitä tulee päivittää koko tapahtumaprojektin ajan, sillä uusia riskejä ilmaantuu ja ne voivat kasvaa, laantua tai muuttua (Rutherford Silvers 2008, 25). Riskienhallintaprosessiin kuuluu eri vaiheita, joita ovat riskien tunnistaminen ja arviointi, riskien torjunnan suunnittelu ja toimenpiteet, toimintamallien suunnittelu vahinkojen varalle ja suunnitelma, miten vahingoista toivutaan. Lisäksi tärkeitä vaiheita ovat tilanteen seuranta ja vahingoista oppiminen. (Suomen Riskienhallintayhdistys. 2013a).

Ensiksi riskit tulee tunnistaa. Tällä tarkoitetaan Karlssonin ja Marttalan (2001, 129) mukaan sellaisten tekijöiden löytämistä, jotka voivat hankaloittaa projektin läpi viemistä. Riskien tunnistaminen on varmintä silloin, kun siihen osallistuu ihmisiä, joilla on osaamista ja kokemusta eri osa-alueilta. Riskien tunnistaminen yhteistyönä antaa erilaisia näkökulmia ja silloin huomioidaan riskit mahdollisimman laajasti. Riskien tunnistamisessa voidaan myös hyödyntää erilaisia tunnistuskeinoja, joita ovat esimerkiksi asiantuntijan hyödyntäminen, kokemusten ja tilastotiedon kerääminen sekä erilaisten tarkistuslistojen läpikäyminen tai visuaalisen riskikartan tekeminen. Riskejä voidaan tunnistaa myös käyttämällä jotakin riskianalyysimenetelmää. Yksi tehokas menetelmä on nelikenttäanalyysi eli SWOT, jonka avulla voidaan kartoittaa yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. SWOT:in avulla voidaan helposti arvioida esimerkiksi yrityksen toimintaa tai tapahtumaan liittyviä asioita. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a; Suomen Riskienhallintayhdistys 2013b.)

Seuraavaksi arvioidaan riskien suuruus sen mukaan, kuinka todennäköisesti riski toteutuu ja kuinka suuri vaikutus sillä olisi toteutuessaan. Riskin todennäköisyys voidaan arvioida

seuraavalla asteikolla: vähäinen, haitallinen ja vakava, ja toteutumisen todennäköisyyttä: epätodennäköinen, mahdollinen ja todennäköinen. Suuruuden arvioinnissa voidaan hyödyntää edellä mainituista kriteereistä muodostuvaa riskitaulukkoa, joka esitetään taulukossa 1. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a; Karlsson & Marttala 2001, 129-130.)

Taulukko 1. Riskitaulukko (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a.)

Riskin todennäköisyys	Riskin seuraukset		
	Vähäinen	Haitallinen	Vakava
Epätodennäköinen	1. Merkityksetön	2. Vähäinen riski	3. Kohtalainen riski
Mahdollinen	2. Vähäinen riski	3. Kohtalainen riski	4. Merkittävä riski
Todennäköinen	3. Kohtalainen riski	4. Merkittävä riski	5. Sietämätön riski

Kun riskit on tiedostettu, tehdään päätös, miten niitä hallitaan. Tässä vaiheessa tehdään käytännön toimenpiteitä riskien hallitsemiseksi. Vaihtoehtoja ovat riskin välttäminen, pienentäminen, siirtäminen ja pitäminen. Ensisijaisesti tulisi aina pyrkiä poistamaan tai pienentämään riskiä. Tarvittavat toimenpiteet riippuvat kuitenkin siitä kuinka suuri riski on. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a.)

Vahinkojen varalle tulee olla valmiiksi suunniteltu toimintamalli. Kun vahinkoihin on ennakoon varauduttu, on ongelmatilanteissa helppo toimia sovittujen mallien mukaisesti. Lisäksi tulee suunnitella, miten ongelmatilanteesta toivutaan ja palataan takaisin normaali-tilanteeseen. Riskien toteutuessa on hyvä tilaisuus oppia ja käydä läpi vahingon syyt. Näin voidaan jatkossa torjua vastaavat tilanteet. Lopuksi tulisi vielä muistaa riskien muuttuvan ja niitä tulee seurata aktiivisesti, jotta riskienhallintaa voidaan päivittää. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2013a.)

Tapahtuman järjestäjillä on velvollisuus huolehtia jokaisen, jota tapahtuma jollakin tavalla koskettaa; turvallisuudesta, terveydestä ja hyvinvoinnista. Näitä henkilöitä ovat tapahtuman työntekijät, osallistujat sekä mahdolliset ohikulkijat. (Conway 2009, 21.) Tapahtuman turvallisuus voidaan taata tekemällä turvallisuussuunnitelma, jonka tavoitteena on käydä läpi kaikki mahdolliset riskit ja ennaltaehkäistä ne. (Vallo & Häyrinen 2014, 184).

Järjestäjän tehtävänä on varmistaa paikalliselta poliisilta tarvitaanko tapahtumaan järjestyksenvalvojia. Turvallisuutta tapahtumissa sääntelevät kokoontumislaki (530/1991) sekä järjestyslaki (612/2003) ja näiden ohella vaaratilanteisiin veloitetaan varautumaan pelastuslain (379/2011) nojalla. Myös ensiavun tarve on hyvä arvioida ajoissa ja hyvä käytäntö on, että jokaisessa tapahtumassa on ensiaputaitoisia työntekijöitä. Apua ensiavun järjestämiseen tapahtumassa voi saada esimerkiksi SPR:ltä. (Vallo & Häyrinen 2014, 184.)

3.2.8 Viestintä ja tiedottaminen

Tiedottaminen jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. Sisäistä tiedottamista tehdään projektiorganisaation, johdon, toimipaikan johtajan, muun organisaation, talous-, rahoitus- ja osto-osastojen sekä käyttöorganisaation kesken. Ulkoista tiedottamista taas tehdään viranomaisten, rakennusosaston, tiedotusvälineiden, rahoittajien, rahoitusosaston ja vakuutuslaitosten kesken. (Pelin 2009, 293-298; Yhdistystoimijat.)

Pelin (2009, 295) kehottaa organisoimaan jatkuvasti merkittävämmäksi kasvaneen ulkoisen tiedottamisen. Monella projektilla on julkisuusarvoa johtuen niiden yhteiskunnallisesta vaikutuksesta. Yhteiskuntaan vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi ympäristön muuttuminen, työllisyys, yrityksen imago tai jokin muu vastaava asia. Huonosti hoidettu tiedottaminen voi johtaa negatiivisen uutisen pääsyn julkisuuteen ja sen aiheuttaman vahingon korjaaminen voi olla hyvin vaikeaa. Tiedottaminen kannattaakin suunnitella hyvin. Apuna voi käyttää esimerkiksi liitteen 1 kaltaista tiedotussuunnitelmamallia. Kyseisessä mallissa tiedotussuunnitelma on toteutettu yksinkertaisen taulukon avulla, jossa ylhäällä ovat mitä, kenelle, milloin ja kuka. Mitä kohtaan on täytetty jo valmiiksi eri tiedotusvälineet, kuten sosiaalinen media, tiedotustilaisuus, tiedote, lehti-ilmoitus, kutsukirje, Internet-kotisivu, esite/mainos, radiomainos sekä puhelinmyynti. Tyhjät kohdat täyttämällä syntyy projektin läpiviennin kannalta oleellinen tiedotussuunnitelma. (Kansalaisfoorumi; Pelin 2009, 295-298.)

Viestintä on tiedon välittämistä ihmisten ja ryhmien kesken ja tiedottamisesta poiketen, viestintään kuuluu myös vastavuoroisuus ja palaute. Viestintä jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisäinen viestintä on monisuuntaista tiedonkulkua ja vuorovaikutusta eri henkilöiden, henkilöryhmien ja yksiköiden välillä. Ulkoisella viestinnällä sen sijaan kerrotaan mihin jokin organisaatio pyrkii toiminnallaan, miten se toimii ja mitä se on saanut aikaan. Ulkoisella viestinnällä voidaan vaikuttaa ihmisten asenteisiin, lisätä tunnettuutta sekä saada esimerkiksi yhdistyksen toimintaan lisää jäseniä. (Pelin 2009, 296; Yhdistysten pieni viestintäopas.)

Viestintä on yksi yhteisöjen perustoiminnoista ja siinä tulee onnistua, jotta yhteistyö niin yhteisön sisällä kuin sidosryhmienkin kanssa onnistuu. Viestinnässä on tärkeää jatkuvuuden ja johdonmukaisuuden lisäksi tuntea kohderyhmän tarpeet, toiveet, tiedot ja arvot. Suunniteltaessa viestintää, on tärkeää valita oikea viestintätapa, tavoite, kohde sekä sisältö. Lisäksi tulee päättää mitä viestintätapaa käytetään, milloin on paras ajankohta lähettää viesti, kuka vastaa viestinnästä ja tekee viestit, miten viestin perille meno ja palaute var-

mistetaan sekä se, miten viestit tallennetaan. (Harju 2003, 3-4; Pelin 2009, 293-294; Yhdistystoimijat.)

Viestimenä voi käyttää esimerkiksi henkilökohtaista keskustelua, ilmoitustaulua, lehdistöä, kirjettä, puhelinsoittoa tai sähköpostia. Projektissa viestintä painottuu eri asioihin projektin elinkaaren eri vaiheissa. Aluksi, projektin suunnitteluvaiheessa viestitään muun muassa tavoitteista, vastuista, organisaatiosta sekä projektisuunnitelmasta. Projektin toteutusvaiheessa viestitään projektitilanteesta, muutoksista esimerkiksi organisaatiossa tai projektisuunnitelmassa, tärkeistä tapahtumista ja saavutuksista sekä tarkastuksista ja hyväksymisistä. Projektin lopussa painotetaan asioita, kuten projektin tulosta, loppuraporttia, jälkihoitoon liittyviä seikkoja sekä tuloksen käyttöönottoon ja päättämiseen liittyviä käytännön järjestelyitä. (Pelin 2009, 296-299; Yhdistystoimijat.)

Tapahtumat ovat yrityksille ja yhteisöille keino ylläpitää suhteita sidosryhmiin, viestiä arvoista ja tavoitteista, herättää luottamusta sekä rakentaa yhteisökuvaa eli imagoa. Imago muodostuu sidosryhmien yhteisöstä muodostamista mielikuvista, joka luo pohjan yhteisön viestinnälle. Toisaalta viestintä vaikuttaa myös imagon muodostumiseen. Asioita, jotka vaikuttavat imagon muodostumiseen, ovat yrityksen tai yhteisön tapa toimia, heidän tuotteensa ja palvelunsa, henkilöstön toiminta, toimitilat, kirjallinen aineisto ja niiden ulkoasu sekä liikemerkki- ja sen värit. Yleisö muodostaa kuvansa yrityksistä ja yhteisöistä sen perusteella mitä niistä tiedetään, miten niitä esitellään lehdistössä ja muissa joukkoviestimisissä ja mitä henkilökunta joko virallisesti tai epävirallisesti kertoo. (Harju 2003, 3.)

Viestintä epäonnistuu usein ja se on monien tutkimusten mukaan alue, jota yrityksissä ja yhteisöissä tulisi kehittää. Epäonnistumiseen voi johtaa viestin ymmärtäminen väärin, viesti ei tavoita kohdetta ollenkaan tai viestin kulkeminen monen ihmisen kautta muuttaa sitä. Epäonnistuminen voi johtua siitäkin, ettei viestin vastaanottaja kuuntele tai lue viestiä kokonaan. Viestin lähettäjän tulee aina varmistaa, että viesti tulee ymmärretyksi. (Harju 2003, 4, Pelin 2009, 293-294.)

3.2.9 Sponsorointi

Sponsorointi tarkoittaa Vuokon (2009, 217) määrittelemänä yksilön, ryhmän, tilaisuuden tai jonkin muun toiminnan maineen vuokraamista tai hyödyntämistä siten, että se palvelee yrityksen markkinointiviestintää. Sponsorointi on yrityksille viestintäkeino ja kanava, joka antaa mahdollisuuden kertoa tavoitteista, tuotteista ja palveluista sekä yritykselle tärkeitä asioista yhdistämällä ne johonkin merkittävään ja tavoiteltuun kohteeseen, kuten ihmiseen tai tapahtumaan. Sponsorointi tarkoittaa yrityksille investointia strategiseen markkinointiin, joten sponsorointisuhteita tulee käsitellä kuin ne olisivat yritysten välisiä liikekumppanuuksia. (Bowdin, Allen, Harris & McDonnel 2010, 443; Vuokko 2010, 216.)

Sekä sponsorilla että sponsoroinnin kohteella on omat motiivit ja tarpeet sponsoriyhteistyössä, jotka voivat vaikuttaa sponsoroitavan kohteen valinnassa ja sponsorihankinnassa. Sponsorointiin on monia eri syitä ja yrityksen näkökulmasta niitä ovat muun muassa yrityksen tai tuotteen tunnettuuden lisääminen, medianäkyvyys, menekin edistäminen, sidosryhmä- ja yhteiskuntasuhteiden hoitaminen, imagon ja maineen parantaminen tai muuttaminen, yritys vastuun osoittaminen sekä oman henkilöstön motivointi ja sisäisen yrityskuvan parantaminen. Sponsoroinnin tavoitteena on siis positiivisten mielikuvien ja sanomien luominen kohderyhmille. (Vuokko 2010, 217.) Tench ja Yeomans (2009, 519) puolestaan esittävät kuusi syytä yritysten sponsorointiin:

- tuotteiden ja palveluiden tukeminen
- median kiinnostuksen herättäminen
- yritysidentiteetin vahvistaminen
- hyvätahdon rakentaminen
- sponsorointi osana integroitua kampanjaa
- mainostaminen.

(Tench & Yeomans 2009, 519.)

Sponsoroitavan kohteen näkökulmasta sponsoroinnilta haetaan rahallista tukea, joka mahdollistaa kohteen toiminnan. Lisäksi sponsoreilta voidaan saada tukea esimerkiksi tuotteina tai palveluina, joita ei muuten voitaisi tarjota kohteen omalle yleisölle. Näin sponsoroitava pystyy tarjoamaan laajemman kokemuksen yleisölleen. Yksi sponsoroinnin kohteen motiiveista voi olla nimekkään sponsorin avulla positiivisen näkyvyyden saaminen omalle toiminnalleen, mikä voi esimerkiksi tehdä tilaisuudesta entistä kiinnostavamman. Sponsoroinnin kohteen tulee kuitenkin muistaa, että sponsorointi sisältää sekä suoritteen että vastasuoritteen. Parhaimmassa tapauksessa sponsoroinnista tulee win-win-win -tilanne, jossa sponsorointisuhteesta hyötyvät sponsori, sen kohde ja kohdeyleisö. (Vuokko 2010, 219-221; Valanko 2009, 61.)

Vuokko (2010, 226) jakaa sponsoroinnin kolmeen eri malliin. Ensimmäisessä mallissa sponsorituki yhdistetään myynnin määrään, jolloin sponsoroitava kohde saa tukea sitä

mukaan, kun se myy tuotteita. Yhteisen asian eteenpäin vieminen tai tuotteiden menekinedistäminen ja jakelu kuuluvat toiseen sponsoriyhteistyömalliin, jolloin sponsori käyttää omia kanaviaan edistääkseen kohteen asiaa tai toimintaa. Kolmas malli on perinteisin sponsorimalli, jossa sponsori saa antamaansa tukea vastaan kohteen nimen ja logon käyttöönsä sekä tietenkin hyödyntää kohteen näkyvyyttä ja mainetta. (Vuokko 2010, 226.)

Sponsorit voidaan jakaa eri ryhmään. Pääsponsori on kaikista tärkein yhteistyökumppani ja se saa usein erityiskohtelua niin sopimuksellisesti kuin yhteistyössäkin. Erityishuomiota vastaan pääsponsori antaa suurimman suoritteen kohteelle. Tällaisia pääyhteistyökumppaneita voi olla useampikin, mutta tavoitteena tulisi olla, että hankitaan vain yksi pääsponsori, ettei se koe olevansa vain yksi muiden joukossa. Pääsponsoria pienempiä sponsoreita kutsutaan sivusponsoreiksi eli yhteistyökumppaneiksi. Sivusponsoreita voi olla useita ja tällöin oma aktiivisuus kohteen hyödyntämisessä on ratkaisevassa roolissa. Yksi vaihtoehto on yhteissponsorointi, jossa useampi yritys sponsoroi kohdetta tasavertaisesti sopimuksen mukaisesti. (Valanko 2009, 66-68.)

Miten sponsorointi näkyy yleisölle? Yleisimmin sponsorointi näkyy sponsorin nimenä esimerkiksi pääsylipuissa tai kohteen vaatteissa, mutta yritykset hyödyntävät sponsorointia lisäksi monin eri tavoin. Sponsorointiyhteistyön hyödyntämiskeinoja ovat esimerkiksi mainonta kohteessa, kohteen julkisuusarvon hyväksikäyttö sekä sponsorin yleinen näkyvyys ja mukanaolo erilaisin tavoin. (Vuokko 2010, 227.)

3.3 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe tekee suunnitelmista totta. Toteutusvaihe voidaan jakaa rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Näistä rakennusvaihe vie tavallisesti eniten aikaa. Toteutusvaihe menee eteenpäin käsikirjoituksen mukaisesti kuin vierivä kivi, joten on tärkeää, että jokainen tapahtuman palanen on kohdallaan ja kaikki henkilökunnan jäsenet tietävät mitä milloinkin täytyy tehdä. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-169.)

Tapahtuman onnistumisen varmistamiseksi kannattaa järjestää kertausharjoitukset. Tällöin tapahtuman ohjelma käydään kaikkien läpi niin täydellisenä kuin se on mahdollista. Kenraaliharjoituksissa saatetaan huomata virheitä, jotka voidaan korjata ennen tapahtumaa, eikä selitellä noloa kömmähdyistä vasta jälkikäteen. Kenraaliharjoituksessa voidaan arvioida myös ennakkoon suunniteltua aikataulua. Koko tapahtuma voidaan kellottaa ja aikatauluun tehdä pieniä tarvittavia muutoksia, jotta itse tapahtumassa aikataulu saadaan vietyä läpi onnistuneesti. (Vallo & Häyrinen 2014, 169-170.)

Tapahtumassa on oltava myös rytmitystä. Puolentoista tunnin monologin kuunteleminen heikentää yleisön keskittymistä, vaikka aihe olisi kuinka lähellä sydäntä. Tapahtumassa on syytä pitää taukoja, joiden pituus vaihtelee riippuen tapahtuman osallistujamäärästä, tilojen ilmanvaihdesta, vessojen lukumäärästä, tarjoilusta sekä kaiken sujuvuudesta. Tauot mahdollistavat myös happihyppelyn tai puheluiden soittamisen. Yhtä kaikki, tapahtuman rytmitystä on syytä arvioida etukäteen eikä jättää sitä vain puhujan vastuulle. Tietenkin myös pelisilmää on syytä käyttää, sillä mikäli koko yleisö on paikalle selkeästi etuajassa ja esiintyjä valmis, voidaan aloitusta aikaistaa, sillä pitkästyminen ei ole hyvästä. (Vallo & Häyrinen 2014, 171-172.)

Musiikki ja äänimaailma auttavat tapahtuman tunnelman virittämisessä. Ne ovat tapahtumien suuri voima. Musiikki on myös keino, jolla voidaan hieman pelailla aikaa eli esiintyjän ei tarvitse aloittaa aikaisemmin, mikäli musiikilla saadaan yleisö viritettyä tunnelmaan. Musiikiksikaan ei jokaiseen tilaisuuteen sovi sama tyyliuunta. Toisinaan on hyvä soittaa kevyttä taustamusiikkia, joka mahdollistaa keskustelun ja toisinaan taas rokkaavaa meiniä, joka laittaa yleisön heilumaan tai kenties laulamaan mukana. Yhtä ja oikeaa kaavaa ei siis ole. Musiikin soittamisen mahdollistamiseksi, tulee ennen tapahtuman alkua varmistaa, että tekniset valmiudet ovat riittävät tietynkaltaisen musiikin soittamiselle. Esiintyjiltä tulee kysyä ennakoon mitä he tarvitsevat, jotta he voivat esittää haluamaansa musiikkia. (Vallo & Häyrinen 2014, 175-176.)

Tapahtuman tunnelman parantamiseksi voidaan järjestää myös ripaus yllätyksellisyyttä. Yllätys voi olla missä vaiheessa tahansa tapahtumaa. Käytännössä kyse on pienestä luovuuden riemuvoitosta, joka osoittaa välittämistä yleisöä kohtaan. Pieni ele voi tehdä ihmeitä ja se saattaa johtaa yleisön ajatuksiin merkittävästi. Kongresseissa yllätyksenä voisi olla päivän lehden järjestäminen jokaisen osallistujan paikalle. Jossain muussa tapahtumassa, giveaway-lahjan antaminen, yllätysesintyjän astuminen lavalle tai ainaisen kahvi-tauon muuttaminen jäätelöhetkeksi voisi toimia yllätyksenä. (Vallo & Häyrinen 2014, 172-173.)

Tapahtuman toteutusvaiheeseen kuuluu myös kyltityksen tekeminen ja materiaalien sekä esimerkiksi tilaisuuden ohjelman jakaminen. Jokaiselle tapahtumapaikalle saapujalle tulisi olla selvillä mihin he tulevat, joten opastekylttien tulisi olla mahdollisimman selkeitä. Tapahtuman aikataulutkin tulisi olla selkeitä, mutta ne eivät kuitenkaan mieluusti sisällä tarkkaa minuuttiaikataulua. Aikataulut voidaan jakaa joko etukäteen tai vasta tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2014, 177-178.)

Joissain tapahtumissa voi myös olla lounas, päivällinen tai illallinen. Tällöin istumajärjestys tulee laatia etukäteen, jotta jokaisella vieraalla olisi tervetullut olo. Sijoittamalla puheli-aammat ja hiljaisemmat vierekkäin saadaan koko tapahtuma-alue elämään. Tapahtuman teemaan sopivia paikkakortteja, joissa on henkilön ja organisaation nimi, tulee asettaa istumapaikoille tilaisuuksissa, joissa paikat on ennakoon määritetty. Näin kaikki löytävät oman paikkansa. (Vallo & Häyrinen 2014, 181-182.)

Mikäli tapahtumapaikka on toisella paikkakunnalla, tapahtumassa tarjoillaan alkoholia tai sinne ei ole julkisia kulkuyhteyksiä voidaan tapahtumaan järjestää yhteiskuljetus tai mahdollistaa yöpyminen tapahtumapaikalla. Mikäli paikalle saavutaan omilla autoilla, tulee järjestäjien huolehtia, että parkkipaikkoja on riittävästi. Suuremmissa tapahtumissa taksi-keskusta voidaan informoida etukäteen, varsinkin jos tiedetään, että vieraat poistuvat tapahtumasta samoihin aikoihin. (Vallo & Häyrinen 2014, 183.)

3.4 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman järjestäjän tehtävät jatkuvat tapahtuman päättymisen jälkeenkin. Huolimatta mahdollisesta tunteiden vuoristoradasta, tulee lukuisia asioita tehdä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen. Jälkimarkkinointivaihe voidaan jakaa neljään osaan, joita ovat tapahtuman onnistumisen arviointi, oman väen ja sidosryhmien kiittäminen, oman väen palkitseminen ja loppuraportin tekeminen. Näihin neljään osioon eli jälkimarkkinointivaiheeseen sisältyy muun muassa asianosaisten kiittäminen, materiaalien toimitus, palautteiden kerääminen sekä työstäminen, yhteydenottopyyntöjen ja yhteenvetojen käsittely sekä työstäminen. (Kauhanen 2002, 125; Vallo & Häyrinen 2014, 185, Youth Employment Summit.)

Jälkimarkkinointivaiheen kenties tärkein asia on oman väen ja sidosryhmien kiittäminen. Kaikkia tapahtumaa järjestämässä olleita tahoja tulee kiittää heti tapahtuman jälkeen lähettämällä kiitoskirje joko sähköpostitse tai postitse. Kiitoksen voi tehdä myös henkilökohtaisesti. Kiitettäviä tahoja ovat esiintyjät, sponsorit, isäntä/emäntä, tapahtuma-alueen omistaja, poliisi, tarjoiluista vastaavat ja muu tapahtumaa järjestämässä ollut henkilökunta. Lisäksi riippuen tapahtuman luonteesta voi kiittää myös osallistujia ja pyytää antamaan palautetta tai muuta tarpeellista tietoa. Itse kiitoskirjeeseen voi laittaa valokuvia tapahtumasta, kerrata tapahtuman kulku, kertoa sen mahdollinen tuotto tai muu onnistumista mittaava asia sekä ilmoittaa mihin tullaan päivittämään lisää tietoa. Mukana olleille, varsinkin sponsoreille ja esiintyjille on hyvä muistuttaa millä tavalla juuri he auttoivat tapahtuman järjestämisessä. Samalla eri tahoja olisi hyvä pyytää mukaan toimintaan jatkossakin. (Aisler; Kauhanen 2002, 127; Youth Employment Summit)

Samalla sosiaalisessa mediassa ja internetissä olevien tahojen sekä muun median, kuten lehdistön kanssa on hyvä olla välittömässä yhteydessä. Sosiaaliseen mediaan ja internetiin laitetaan kuvia, tapahtumakuvaus sekä muita tarpeellisia tietoja. Lehdistöön pidetään yhteyttä tiiviisti, jotta ”saadaan pidettyä jalka ovenvälissä” eli lehdistö kirjoittamaan juttuja auliimmin. (Youth Employment Summit.)

Tulosten lähetys- tai julkistamisvaiheessa osallistujille, esiintyjille ja sponsoreille lähetetään kaikki tarvittavat tiedot ja materiaalit, joita tapahtuman avulla saatiin kerättyä. Eräs esimerkki on lähettää kaikki mediassa esillä ollut tieto kaikille osallistujille sekä kertoa tapahtuman onnistumisesta eli nostaa ”fiilistä”. Mahdolliset tiedot seuraavista tapahtumista on myös hyvä jakaa. (Aisler; Youth Employment Summit.)

Oman sekä organisaation työn onnistumista on tärkeää arvioida ajan kanssa, jotta tulevaisuudessa voi järjestää entistä onnistuneempia tapahtumia. Organisaation sisäistä käyttöä varten on hyvä tehdä raportti kirjallisena. Oman työn ja tapahtuman onnistumisen arviointi onnistuu esimerkiksi vastaamalla alla oleviin kysymyksiin:

- Miten tapahtuma sujui?
 - Keitä oli paikalla? Saapui kohteryhmä paikalle?
 - Vastasiko tapahtuma osallistujien tarpeita?
 - Seurattiinko agenda vai tuliko muutoksia?
 - Minkälainen medianäkyvyys oli?
 - Miten tapahtuman etukäteissuunnittelussa onnistuttiin?
 - Olitko hyvin valmistautunut?
 - Mitä tekisit eri tavalla seuraavaa tapahtumaa järjestäessäsi?
- (Kauhanen 2002, 126; Youth Employment Summit.)

Näihin kyseisiin kysymyksiin vastaamalla tulee arvioineeksi niin etukäteen tehtyjä suunnitelmia kuin varsinaista toteutustakin. Kysymyksiä pohtiessa on helppo saada hyvä käsitys siitä mitä tapahtuman järjestäminen oikeastaan vaatiikaan ja mitä on erityisen tärkeää ottaa huomioon ensi kerralla. Näin asioita tulee pohtineeksi seuraavalla järjestämiskerralla jo etukäteen. (Youth Employment Summit.)

Jälkimarkkinointivaiheessa kuuluu myös palkita tapahtuman järjestelyissä mukana olleita tahoja. Tällä tarkoitetaan kuitenkin yleensä ei-taloudellista palkitsemista. Tapoja palkita on pyytää esimerkiksi työnsä hyvin hoitanut henkilö mukaan seuraavallakin kerralla ja antaa mahdollisesti haastavampi työtehtävä. Mukana olleita voidaan palkita myös antamalla jokin sosiaalinen palkkio, kuten kunniakirja. Välttämättä palkinto itsessään ei ole tärkeä, vaan se, että mukanaolleet saavat kiitosta tekemästään työstä. (Kauhanen 2002, 127.)

4 Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman suunnittelu

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestämisen suunnittelu aloitettiin 14.4.2014. Tällöin toimeksiantajan edustaja, Naisten Pankki Porvoon jäsen Helena Venonen hankki Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijat Nina Ölanderin ja Sami Kukosen järjestämään Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman opinnäytetyönään. Opiskelijat toimivat tapahtuman järjestämisprosessissa projektipäälliköinä.

Naisten Pankki ei ollut opiskelijoille entuudestaan tuttu ja suunnitteluvaihe alkoikin tutustumalla Naisten Pankin olemassaolon syihin ja tulevaisuuden suunnitelmiin. Lisäksi suunnitteluvaiheen alussa keskityttiin ymmärtämään Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumakonseptia sekä julkisen tapahtuman järjestämisen vaatimuksia. Organisaation ja tapahtumakonseptin tullessa tutummiksi, aloitettiin Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman suunnittelu.

4.1 Lähtökohdat, tavoitteet ja viesti

Vuonna 2013 Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumia järjestettiin ympäri Suomen yhteensä 25 paikkakunnalla. Tällöin tapahtumilla kerättiin lahjoituksina yhteensä 53 100 euroa. Yhden ammatin hankintahinta on 30 euroa, joten ammatteja kerättiin yhteensä 1770. Naisten Pankin tavoitteena on kasvattaa lahjoitusten kokonaismäärää vuosittain 20 %, joten vuonna 2014 tavoitteena oli kerätä 63 720 euroa eli 2124 ammattia.

Vuonna 2014 Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumat järjestettiin jokaisella osallistuvalla paikkakunnalla 14.9.. Jokainen paikkakunta sai tämän päivän sisällä valita oman aikansa ja paikkansa eli missä ja milloin tapahtuma järjestettiin. Kaikki paikkakunnat saivat myös päättää tapahtumansa sisällön. Tämä antoi jokaisen paikkakunnan omalle paikallisryhmälle mahdollisuuden toteuttaa hieman itseään. Naisten Pankki ilmoitti kuitenkin jo projektin alkaessa, että Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta ei tule puhua kävelytapahtumana vaan hyvän mielen -tapahtumana. Sitä ei siis tule sekoittaa esimerkiksi Naisten Kymppin kaltaiseen urheilutapahtumaan, vaan se on varainkeruutapahtuma. Naisten Pankki korosti, että jokaisen tapahtumaan osallistuvan henkilön tuli tietää jo etukäteen mistä on kysymys, jotta osallistujat eivät pettyisi tapahtuman luonteen ollessakin jotain muuta kuin oli etukäteen odotettu.

Naisten Pankki Porvoo asetti Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumalle kaksi tavoitetta. Ensimmäinen tavoite oli kerätä tapahtuman avulla kehityksensä naisten hyväksi 3000 euroa ja saada tapahtumaan 100 kävelijää. Kokonaislahjoitussumman keräämisen uskottiin olevan varsin kunnianhimoinen, mutta kuitenkin toteutettavissa oleva tavoite.

Johtuen siitä, että vuoden 2014 tapahtuma olisi Porvoon ensimmäinen, ei tavoitteen määrittämisessä voitu hyödyntää edellisvuoden tulosta. Tämän vuoksi tavoite hahmoteltiin Loviisan edellisvuoden tuloksen, 53 kävelijän pohjalta. Porvoon ollessa reilusti Loviisaa suurempi kaupunki, päädyttiin tekemään tulostavoite – Porvoon tulee tehdä noin kaksi kertaa Loviisan viime vuotinen tulos.

Ajatusmallissa ”100 kävelijää ja 3000 euroa” huomioitiin kylläkin se seikka, että kaikki eivät lahjoita 30 euroa. Osa antaa vähemmän ja osa enemmän. Perustuen omiin kokemuksiinsa vuodelta 2013, ilmoitti Loviisa tavoittelevansa 10 euroa per kävelijä. Porvoossa lahjoittajia päätettiin kuitenkin ohjata kohti 30 euron summaa, koska tapahtuman ”lahjoita naiselle ammatti”-iskulausekin tuki tätä ajatusta. Oletettiin, että lahjoittaja haluaa antaa naiselle ammatin, eikä sillä ole lopulta niin suurta väliä onko summa 10 vai 30 euroa. Varsinkin siitä syystä, että lahjoituksen voi tehdä myös porukassa, ei 30 euron summaa koettu Porvoossa liian suureksi.

Naisten Pankki Porvoon asettama toinen tavoite oli tehdä Naisten Pankkia tunnetummaksi porvoolaisten keskuudessa. Naisten Pankin omien havaintojen perusteella sitä ei tunnettu vielä kovinkaan hyvin, joten ikään kuin tapahtuman järjestämisen sivutuotteena olisi tärkeää tehdä myös Naisten Pankkia tunnetummaksi. Näistä kahdesta tavoitteesta Naisten Pankki koki pitkällä aikavälillä mukaan tulevien ihmisten mukaan saamisen ja sitouttamisen organisaation toimintaan paljon arvokkaammaksi kuin kertaluontoisen lahjoitussumman keräämisen. Yhteisön toimintaan haluttiin mukaan muun muassa uusia jäseniä, vapaaehtoisia ja yhteistyökumppaneita. Toimintaan mukaan tulevista varsinkin pitkäaikaiset kuukausilahjoittajat koettiin monin verroin arvokkaammiksi kuin vain tapahtuman aikana, kertaluontoisesti lahjoittavat henkilöt.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa suunniteltaessa tuli kuitenkin ottaa huomioon, että tapahtuman tuli olla kaikille osallistujille ilmainen, eikä osallistumismaksua tullut periä. Osallistumismaksu asetettiin ”epävirallisesti” ja ihmisiä pyydettiin lahjoittamaan naiselle ammatti ilman, että osallistumisoikeus saatiin maksun vastikkeeksi. Tämän ajateltiin vaikeuttavan hieman molempien tavoitteiden yhtäaikaista saavuttamista, sillä kummankin tavoitteen saavuttaminen olisi helpompaa hieman eri viestein. Naisten Pankkia olisi helpompi tehdä tunnetummaksi pienentämällä ulkoiseen viestintään suunniteltua 30 euron lahjoitussummaa ja saamalla tapahtumaan mahdollisimman paljon väkeä. Sen sijaan lahjoitussumman ollessa korkeampi, uskottiin 3000 euron lahjoituspotin keräämisen olevan helpompaa, koska tapahtumaan tulevat olisivat jo valmistautuneet lahjoittamaan koko summan Naisten Pankin toiminnan tukemiseen.

Projektin alusta saakka kaikki suunnitelmat ja toimet päätettiin tehdä 100 osallistujaa silmällä pitäen. Tämä tarkoitti käytännössä sitä, että tapahtuman vaatimat luvat ja ilmoitukset, tapahtuman aikaiset tarjottavat, sponsoriviestit ynnä muut toimenpiteet tehtäisiin 100 osallistujan asettamien vaatimusten mukaisesti. Sisäiset tavoitteet haluttiin asettaa selkeästi, jotta esimerkiksi sponsoreilta vaadittavien tarvikkeiden hankkiminen ja samalla koko tapahtuman järjestäminen olisi helpompaa. Suunniteltaessa tarkat materiaali ja ruokatarpeet, jo ennen yhteydenottoa yhteistyökumppaneihin, uskottiin vaikuttavaan siihen mitä heiltä saataisiin. Esimerkiksi 100 banaanin pyytämisen ajateltiin olevan helpompaa kuin pyytämällä vain ”jonkin verran banaaneja”.

4.2 Tapahtuman aika, paikka ja sisältö

Sunnuntai on perinteisesti päivä, jolloin perhe viettää aikaa yhdessä. Tämä oli lähtökohtana Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman aikaa, paikkaa sekä sisältöä suunniteltaessa. Porvoon tapahtuman sijainti oli ensimmäinen asia, mikä tapahtumaa järjestettäessä suunniteltiin. Tapahtuman lähtö- ja maalialueeksi haluttiin Porvoon Taidetehtaan edessä oleva hiekkakenttä, osoitteessa Kokonniementie 6, 06100 Porvoo. Sen sijainti katsottiin hyväksi, koska se on alueena riittävän suuri runsaankin ihmismassan saapuessa paikalle. Alueen ympärillä oli myös hyvät parkkipaikat autolla tapahtumaan saapuville, minkä oletettiin helpottavan ihmisten saamista paikalle. Samalla kävelyreitti saatiin kulkemaan Porvoon kauniin jokirannan ja vanhan kaupungin alueella. Tarkkaa kävelyreittiä suunniteltaessa tärkeää oli, että liikenteenohjausta ei tarvittaisi ja reitti pysyisi mahdollisimman turvalisena suuremmallekin kävelijämäärälle.

Aluksi tapahtuman reitti haluttiin pitää noin kolmen kilometrin mittaisena. Tämä reitti kulkisi lähtö- ja maalialueelta Porvoonjoen länsipuolta vanhan kaupungin sillalle, josta mentäisiin pienemmän sillan yli Maariin, jossa olisi reitin kääntöpaikka. Takaisinpäin reitti kulkisi vanhan kaupungin läpi, joen itäpuolta aina kävelysillalle, josta tultaisiin takaisin joen länsipuolelle ja sitä kautta takaisin lähtö- ja maalialueelle.

Myöhemmin, kuultaessa muiden paikkakuntien suunnitelmista päätettiin Porvoossakin lisätä mahdollisuus kiertää pidempi, noin viiden kilometrin pituinen reitti. Reitti olisi muuten sama, mutta matka jatkuisi kääntöpaikan ohi Linnamäelle, jossa kierrettäisiin noin kahden kilometrin pituinen lisäreitti. Kuva reittisuunnitelmista on liitteessä 1.

Tapahtumapaikan valinnan jälkeen suunniteltiin tapahtuman tarkka aika. Moni muu paikkakunta halusi aloittaa oman Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumansa jo aamupäivällä. Porvoon tapahtuma haluttiin kuitenkin aloittaa hieman myöhemmin, vasta kello 14.00.

Perusteena oli se, että tapahtuman ajan haluttiin sopivan mahdollisimman hyvin ihmisten normaaliin elämänrytmiin. Porvoossa käydään kirkossa aamupäivällä ja koska niiden ei haluttu ainakaan osuvan päällekkäin tapahtuman ajan kanssa, siirrettiin tapahtumaa myöhemmäksi. Toinen myöhäisemmän ajan peruste oli lasten ruokailu ja päiväuniajat. Lasten uskottiin syövän ja nukkuvan päiväunet ennen tapahtuman alkua, eivätkä nekään toimisi esteenä koko perheen osallistumiselle. Johtuen siitä, että tapahtuma järjestettiin valtakunnallisesti 14.9., ei kilpailevien tapahtumien osumista samalle päivälle voitu välttää. Muiden tapahtumien läsnäolo ja aika huomioitiin, mutta lopulta tehtiin tietoinen ratkaisu sovittaa Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman aika ihmisten, eikä kilpailevien tapahtumien aikatauluihin.

Porvoon tapahtumaa ei haluttu pelkistää pelkäksi kävelytapahtumaksi, vaan sisältöä haluttiin monipuolistaa tarjoamalla osallistujille myös muuta ohjelmaa, kuten puheita ja tanssi- tai musiikkiesityksiä. Tapahtuman tunnelman parantamiseksi ”etkot” eli tapahtumaan valmistava osio suunniteltiin alkamaan jo kello 13.00. Aikavälille 13.00–13.30 haluttiin joku henkilö tai ryhmä soittamaan elävää musiikkia tai pitämään tanssiesitys. Tällä pyrittiin nostattamaan tapahtuman tunnelma kattoon sekä kiinnittämään ihmisten huomio lavan suuntaan jo ennen sen varsinaista avajaispuhetta.

Varsinaiset avajaispuheet alkaisivat 13.30 ja niissä olisi asiaa ainakin Naisten Pankin toiminnasta, kävelytapahtumasta sekä mahdollisesti jonkin organisaation ulkopuolisen henkilön tai suojelijan pitämä puhe esimerkiksi koulutuksen merkityksestä. Lisäksi tapahtumaan haluttiin myös alkujumppa juuri ennen lähtöä. Siihen oli tarkoitus saada joku pitämään noin 10 minuutin pituinen alkujumppa, jolla kävelijät saataisiin oikeaan mielentilaan ja lihakset lämpimiksi. Esitysten ja ohjelmien tarkkaa sisältöä ja aikataulutusta ei suunniteltu aluksi hirveän tarkasti, koska kaikki pitäjät tuli ensin saada hankittua.

Tapahtumassa haluttiin tarjota osallistujille myös pientä syötävää ja juotavaa. Kääntöpaikan ajateltiin olevan hyvä paikka tarjottavien jakamiseen. Syötäviä ja juotaviakaan ei voitu määritellä tarkasti, koska kaiken tuli tulla sponsoreilta tai lahjoituksina yksityishenkilöiltä. Lähtökohtaisesti juotavaksi kuitenkin haluttiin kahvia, teetä, mehua ja vettä. Helppoa pikkupurtavaa taas olisivat muun muassa banaanit, proteiinipatukat, pullat ja muut leivonnaiset. Yllätyksellisyyttä tapahtumaan haluttiin tuoda jakamalla lähtö- ja maalialueella Naisten Pankin kassi, jossa olisi informaatiota Naisten Pankista sekä sponsoreilta saatuja tuotelahjoituksia. Yllätyksen jakamisella haluttiin varmistaa, että tapahtumasta jäisi jokaiselle osallistujalle positiivinen muistijälki ja sponsorit saisivat halutessaan lisää näkyvyyttä.

Tarkoituksena oli etsiä myös muutama sponsori, joilta saataisiin tapahtuman aikana jaettavaksi tuotepalkintoja tai lahjakortteja. Arvonta suunniteltiin suoritettavaksi ennakoon lahjoittavien kesken, minkä toivottiin vaikuttavan ihmisten haluun tehdä ennakkolahjoitus. Jaettavat palkinnot tuli mielellään olla sellaisia, jotka olisi helppo kantaa tapahtumaan ja sieltä pois.

Järjestäjien osalta tapahtuman kestoksi arvioitiin noin kahdeksan tuntia. Työt alkaisivat alueen pystytyksellä kello 10.00 ja päättyisivät alueen purulla kello 18.00 mennessä. Varsinainen yleisötapahtuma olisi ohi viimeistään kello 16.00 eli yleisötapahtuman kesto olisi kaiken kaikkiaan noin kolme tuntia. Kävelyreitin kyltitys suunniteltiin tehtäväksi jo lauantaina, jotta sunnuntaille ei jäisi liian suurta työtaakkaa, koska mahdollisiin ongelmatilanteisiin tulisi jättää reagointiaikaa.

4.3 Tapahtuman budjetti

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestämiseksi ei annettu budjettia, vaan kaikki tarvittavat varat ja materiaalit tuli kerätä lahjoituksin sponsoreilta ja vapaaehtoisilta eli yksityishenkilöiltä. Budjetin puuttuminen rajoitti suunnitelmien tekoa sekä niiden mahdollista toteuttamista, sillä varmuutta siitä, että oikea sponsori tai vapaaehtoinen edes löytyy, ei voinut olla. Onnistuneen tapahtuman luomisen ei kuitenkaan uskottu olevan rahasta, vaan luovuudesta ja yrittämisestä kiinni.

Nollabudjetissa pysymisen vuoksi laadittiin lista kaikista materiaaleista, joita tapahtumaan tarvittaisiin. Näin pystyttiin arvioimaan, mitä kaikkea tapahtuman järjestämiseen tarvitaan, ja mitä täytyy tehdä, jotta tarvittavat materiaalit saadaan hankittua. Kun kaikki tarvittavat materiaalit olivat tiedossa, oli helpompi alkaa pohtimaan niiden kattamistapaa.

Budjetin laatiminen voitiin tehdä vasta kun tapahtuman tavoitteet ja sisältö oli määritelty tarkasti, sillä ne vaikuttivat materiaalilistan laatimiseen. Kuten liitteestä 2 voidaan nähdä, budjetin laatiminen aloitettiin listaamalla kaikki tapahtuman järjestämisen mahdollistavat materiaalit ja palvelut eli käytiin läpi kaikki tapahtuman ohjelman kohdat, joista voisi muodostua kuluja. Tämän pohjalta budjettiin merkittiin suunnitelma kulujen kattamistavasta ja mietittiin, minkä kulun sponsori tai vapaaehtoinen voisi kattaa. Käytännössä kullekin kulle siis määriteltiin soveltuva taho, joka voisi tarjota kyseisen kulun eli esimerkiksi yritys, joka lähtisi mukaan sponsoroimaan.

Markkinoinnin toteuttaminen ja tapahtuman ohjelman suunnittelu kytkeytyivät tiukasti siihen, ettei mistään voitu maksaa. Nollabudjetin vuoksi oli äärimmäisen tärkeää saada ta-

pahtumaan mukaan yrityksiä sponsoreiksi, jotka lahjoittavat erilaisia tuotteita tai palveluita, joiden avulla tapahtuma saadaan onnistumaan. Käytetty työvoima tapahtumassa oli vapaaehtoistyötä, eikä esiintyjille maksettu esiintymispalkkioita. Tapahtuman aikana tarvittavat kalusteet ja tarvikkeet hankittiin joko vapaaehtoisilta auttajilta tai sponsoreilta.

Nollabudjetissa pysyminen vaati paljon projektipäälliköiden ja Porvoon Naisten Pankin vetäjän Helena Vennosen omien verkostojen hyödyntämistä. Tapahtumaan saatiin mukaan mukava määrä sponsoreita, joiden avulla budjetissa pysyttiin hyvin. Seuraavaa Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa varten tulisi budjetin kulujen kattamistavan suunnittelu aloittaa huomattavasti aikaisemmin, jotta tapahtuman ohjelma voidaan lyödä lukkoon hyvissä ajoin. Vuoden 2014 tapahtumassa sponsoreiden hankinta aloitettiin liian myöhään, mikä vaikeutti myös budjetin suunnittelua.

4.4 Kohderyhmä ja segmentointi

Naisten Pankin unelmana on luoda Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta valtakunnallisesti tunnistettava koko perheen hyvän mielen tapahtuma, johon kaikki ovat tervetulleita. Tapahtuman perusajatuksena ”kerätään rahaa kehitysmaiden naisten auttamiseksi” pohjautuen määritettiin tapahtumalle kuitenkin ensisijaiseksi kohderyhmäksi lapsiperheet ja aikuiset ihmiset.

Kohderyhmän valintaa tehtäessä pidettiin alkuoletuksena sitä, että aikuisilla on enemmän rahaa käytössään kuin lapsilla ja nuorilla. Lisäksi oletettiin, että aikuisten yleinen lahjoitushalukkuus ja kiinnostus yhteiskunnan kehittymistä kohtaan ovat korkeampaa kuin nuoremmilla ihmisillä. Kohderyhmän valintaan vaikutti myös se, ettei lapsilla ja nuorilla ole yleensä säännöllisiä tuloja eikä yhtä hyvää käsitystä rahan käytöstä kuin aikuisilla. Lapsia ja nuoria pyrittiin saamaan paikalle aikuisten ihmisten avulla, mainostamalla itse tapahtumaa koko perheen tapahtumana.

Tapahtuman arveltiin ennakoon kiinnostavan pääasiassa naisia. Riippumatta siitä, ei tapahtumaa kuitenkaan haluttu markkinoida vain naisille, koska naisten aseman parantamisen ei haluta olevan ainoastaan naisten tehtävä vaan myös miesten. Naisten Pankin toimintaan halutaan muutenkin mukaan lisää naisten asioista kiinnostuneita miehiä.

Kohderyhmän valinta vaikutti tapahtuman ajan, paikan ja sisällön suunnitteluun. Kuten kohdassa 4.2 jo mainittiin, haluttiin tapahtuma järjestää ajankohtana, jolloin koko perheellä olisi mahdollisimman helppoa tulla tapahtumaan viettämään yhteistä sunnuntaipäivää. Reitti suunniteltiin mahdollisimman helppokulkuiseksi, turvalliseksi ja sellaiseksi, että reitin

voi kävellä vaivatta lastenvaunujenkin kanssa. Tapahtuman kesto haluttiin pitää melko lyhyenä ja sisältö sellaisena, että se kiinnostaisi mahdollisimman paljon myös lapsia ja nuoria. Muilta osin lapsiperheitä ei pyritty tietoisilla mainontaratkaisilla lähestymään sen enempää kuin muitakaan tapahtuman potentiaalisia osallistujia.

4.5 Tapahtumabrief ja käsikirjoitus

Ennen kuin tapahtumaa voitiin alkaa suunnitella tuli valmistella tapahtumabrief, jossa määriteltiin tapahtuman sen hetkiset reunaehdot, jotka olivat tiedossa. Tapahtumabriefissä oli mukana työn toimeksiantajan Naisten Pankki Porvoon edustaja Helena Vennonen, jolta saatiin suurin osa tapahtuman reunaehdoista ja suuntauksista. Tapahtumabrief käytiin läpi suullisesti ja siitä tehtiin projektipäälliköille muistiinpanot, jotka toimivat apuna tapahtumaprojektin edetessä. Näihin reunaehtoihin kuului muun muassa tapahtuman syy ja tavoite, alustava sisältö, budjetti ja tapahtuman luonne. Koko tapahtuman suunnittelu pohjautui läpikäytyyn tapahtumabriefiin.

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa varten tehtiin liitteiden 3-5 mukaiset tapahtumakäsikirjoitukset, joista kävi ilmi mitä tapahtuman ympärillä tapahtuisi perjantaista 12.9. sunnuntaihin 14.9. asti. Käytännössä muille kuin projektipäälliköille riitti tieto siitä, mitä sunnuntaina tapahtuu. Käsikirjoituksen tarkoituksena oli kertoa kaikille tapahtumaan osallistuville työntekijöille, esiintyjille ja muille mukana oleville, mitä tapahtuu, missä ja milloin. Käsikirjoitukseen kirjattiin myös ylös kaikki mahdolliset tapahtuman tehtävät ja roolit. Tämän jälkeen jokainen tehtävä sekä rooli avattiin tarkemmin auki, jotta jokaiselle tuli selväksi, mitä mihinkin tehtävään kuului. Jokainen henkilökuntaan kuuluva sai siis oman, heille henkilökohtaisesti suunnitellun aikataulunsa.

Käsikirjoitus lähetettiin sähköpostilla etukäteen tapahtumassa mukana oleville toteuttajille, jotta he tietäisivät oman tehtävänsä jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Tapahtumaan osallistuvista henkilöistä suunnittelussa olivat mukana vain Nina Ölander ja Sami Kukkonen, joten oli erittäin tärkeää, että käsikirjoitus antaisi hyvän yleiskäsityksen tapahtuman kulusta muillekin työntekijöille. Näin varmistettiin tapahtuman olevan yhtenäinen ja kaikkien tehdessä omat tehtävänsä juuri niin kuin oli sovittu, onnistuttaisiin toteuttamaan onnistunut kokonaisuus. Sähköpostiviestiin liitettiin mukaan myös liitteessä 6 oleva tapahtuman yleinen aikataulu. Oma sekä yleistä aikataulua vertaamalla jokaisen oli helppo sisäistää onnistuneen tapahtumakokonaisuuden muodostuminen.

4.6 Lupa-asiat ja lahjoitusten kerääminen

Lupa-asioiden selvittäminen aloitettiin hankkimalla maanomistajan lupa tapahtuman alueen käyttöön. Lähtöpaikan ollessa Taidetehtaan edessä oletettiin alueen kuuluvan Taide-tehtaalalle. Taidetehtas kertoi alueen kuitenkin kuuluvan Porvoon kaupungille, mutta tapahtuman sijainti oli ainoastaan positiivinen asia heille.

Porvoon kaupungin katuosasto myönsi luvan maa-alueen käyttöön (liite 7). Heidän täytyi ainoastaan tietää tarkka ajankohta ja tarkat paikkatiedot sekä odotettu osallistujamäärä. Lisäksi he muistuttivat roskien keräämisestä sekä siitä, että Poliisille tapahtuvasta informaation jakamisesta huolehtii tapahtumanjärjestäjä. Tapahtuma-alueen käyttöoikeuden saaminen oli siis tässä tapauksessa varsin ongelmaton prosessi. Katuosaston mukaan osallistujamäärien valtava määrä, liikennejärjestelyiden muuttaminen tai päällekkäin samalla alueella järjestettävä toinen tapahtuma olisivat voineet olla este tapahtuman järjestämiselle kyseisenä ajankohtana. Kaupunki myönsi luvat myös alueen kyltitykselle, kunhan kyltit myös siivottaisiin pois tapahtuman jälkeen.

Seuraavaksi selvitettiin Poliisin rooli lupien myöntäjänä. Yleisötilaisuuden järjestämistä varten tarvittavia lupia selvitetessä Poliisin ”ilmoitus yleisötilaisuudesta” -tiedosto oli erittäin avulias. Siitä löytyi kaikki tarvittavat tiedot, joita tapahtuman järjestämiseksi tuli selvittää. Kiteytettynä, tutustumalla Poliisin vaatimaan lupaan jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa jäi järjestäjän tehtäväksi selvittää ainoastaan lupa-hakemuksessa kysytyt asiat. Poliisin lupahakemuksessa tuli ilmoittaa muun muassa seuraavat asiat: elävän musiikin Teosto numero, arvio meluhaitoista, liikenteenohjauksen tarve ja ohjaussuunnitelma, tilaisuuden kesto sekä maanomistajan lupa.

Kävelyreitti suunniteltiin jo alun perinkin niin, ettei se kulkisi autoliikenteen seassa. Tällä pyrittiin helpottamaan tapahtuman järjestämistä sekä parantamaan turvallisuutta. Turvallisuuden takaaminen oli tärkeää myös siksi, että Naisten Pankki ei ottanut tapahtuman järjestäjänä vakuutusta kävelijöille, joten jokainen osallistuja oli mukana oman vakuutuksensa turvin. Järjestyksenvälvojiä tai ensihoitajia ei tapahtuman luonteen vuoksi tarvittu. Tämäkin paljastui Poliisin lupahakemusta tehtäessä. Elävän musiikin soittamiseen vaadittava Teosto-lupa saatiin Haaga-Helia ammattikorkeakoululta, sillä järjestäjinä toimivat koulun opiskelijat. Poliisille tehdyssä lupahakemuksessa tuli arvioida meluhaittoja, joiden arvioitiin jäävän pieniksi, koska asutusta ei tapahtumapaikan välittömässä läheisyydessä ole. Musiikkia tai kuulutusta ei myöskään ollut tarkoitus olla kuin vain noin tunnin ajan.

Täytetty lupahakemus, liitteessä 8, toimitettiin Itä-Uudenmaan Poliisilaitokselle lopulta tapahtumaa edeltävän viikon perjantaina 5.9.2014. Poliisi käytti paikallista oikeuttaan olla ottamatta ilmoitusmaksua (listahinta on alkaen 25 euroa) eikä lupa maksanut mitään. Poliisi antoi ymmärtää, että maksuja ei tarvinnut tällä kertaa suorittaa, koska tapahtuma oli osallistujamäärältään sekä kestoaltaan melko pieni, luonteeltaan hyväntekeväisyystapahtuma eikä liikenteenohjausta tai muita muutoksia liikenteen kulkuun tarvita

Naisten Pankki hoiti tapahtumaa varten rahankeräysluvan. Yhdellä luvalla sai toimia koko Suomessa, eikä paikallisesti ollut tarvetta hankkia erillisiä lupia. Paikallisryhmän tehtäväksi jäi ainoastaan rahankeräyslippaiden tilaaminen Naisten Pankilta, rahojen kerääminen ja laskenta tapahtuman jälkeen. Lisäksi paikallisryhmän tuli tallettaa rahat Naisten Pankin tilille.

4.7 Riskienhallinta ja turvallisuus

Tapahtuman ennakkoilmoittautuminen aukesi Internetissä kesäkuun alussa. Ilmoittautumislomake toteutettiin Digium-järjestelmällä Naisten Pankin toimesta. Tarkoituksena oli ohjata mahdollisimman moni ihminen lahjoittamaan internetin kautta ja helpottamaan paikan päällä olevaa lahjoitusten keräämistä. Etukäteen tehtävä lahjoitus on helppoutensa lisäksi, myös nopeampi ja turvallisempi tapa lahjoittaa rahaa. Internetissä jokainen pystyi lahjoittamaan juuri haluamansa summan rahaa, mutta kuitenkin vähintään 15 euroa.

Sään vaikutus ulkoilmatapahtumien osallistujamääriin voi olla hyvinkin merkittävä. Etukäteen tehdyt lahjoitukset vähentävät mahdollisuutta, että tapahtuma menisi pilalle huonon sään takia. Mikäli ihmiset suostuvat lahjoittamaan jo ennen tapahtumaa, niin vaikka tapahtumassa ei olisikaan innokkaita kävelijöitä, niin Naisten Pankki saa silti lahjoituksia. Tapahtumapäivän epäonnistuminen ei siis olisi este lahjoitusten keräämiselle. Ennakkoon lahjoittavien oletettiin myös olevan halukkaampia saapumaan paikalle tapahtumaan säästä huolimatta ja vaikka he eivät saapuisikaan, voisi ainakin tapahtuman toinen tavoite, 3000 euron kerääminen toteutua.

Sään aiheuttamaa ongelmaa tapahtumapäivänä varauduttiin hillitsemään järjestämällä tapahtumapaikalle kolme telttaa. Yksi teltta varattiin sateen sattuessa äänentoistolle, toinen lähtö- ja maalialueelle ja kolmas kääntöpaikalle. Telttoihin suunniteltiin laitettavaksi pöytiä, Naisten Pankin materiaaleja sekä tarjottavat ruoat ja juomat. Materiaalien kastumista ei haluttu, joten telttoja varattiin vesisateen varalle yksi yli tarpeen.

Roskapusseja ja roska-astioita varattiin ennakoon järjestäjän toimesta. Kääntöpaikalle ja lähtöalueelle varattiin muutamia roskiksia sekä roskapusseja. Varsinkin Maarissa, mutta myös muualla kävelyreitillä on kiinteitä, kaupungin hoitamia roska-astioita. Niitä varauduttiin käyttämään vain toissijaisesti. Ihmisten ajateltiin käyttävän järjestäjän tarjoamia roska-astioita, koska ne olisivat sijoiteltuna ruoka- ja juomapisteillä. Ympäristöriskeistä ja jätteen keräyksestä tuli ilmoittaa vapaaehtoisille ennen tapahtumaa. Mitään valtavia jätemääriä ei tapahtuman uskottu aiheuttavan, joten suurempien suunnitelmien tekeminen koettiin turhaksi.

Kuten jo kohdassa 4.6 mainittiin, suunniteltiin tapahtuman kävelyreitti kulkemaan suurimmaksi osaksi kävelykatuja pitkin. Kulkeminen kävelykaduilla teki reitistä turvallisen, eikä liikenteenohjausta tarvinnut järjestää erikseen. Kävelyreitti kulki Porvoonjoen varren yleisiä jalkakäytäviä pitkin ja virkistysalueella hiekkatiellä. Yksi osa reitistä kulki kuitenkin Porvoon Vanhan kaupungin katua pitkin, jossa on satunnaista liikennettä, eikä siellä ole erillistä kävelykatua. Reitin turvallisuutta pyrittiin parantamaan myös kyltittämällä reitti noin kahdellakymmenellä liitteen 9 kaltaisella kolmionmallisella viirillä. Viirin kärki ohjaisi kävelijöitä aina oikeaan suuntaan, eikä kenenkään pitäisi eksyä reitiltä ja joutua mahdollisesti ikäviin tilanteisiin.

Tapahtuman sujuvuuden varmistamiseksi tuli jokaiselle järjestäjälle hankkia tunnistettava paita. Paita voi olla joltain sponsorilta tai Naisten Pankilta saatu musta paita Naisten Pankin logolla. Tapahtuman aikana järjestäjät löytyvät helpommin väkijoukosta, mikäli heillä on tunnistettavat paidat tai liivit.

Tapahtuman ongelmattomuuden varmistamiseksi varten tehtiin myös SWOT -analyysi, jolla pyrittiin hallitsemaan tapahtuman järjestämiseen liittyviä riskejä. Tapahtuman vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia oli useita ja ne tuli ottaa huomioon, jotta tapahtuman lopputulos olisi mahdollisimman hyvä. Tarkoituksena oli määrittää asiat, joiden odotettiin tapahtuvan Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestämisen ympärillä, jotta ongelmiin osattiin varautua jo etukäteen.

Sisäiset tekijät	Vahvuudet	Heikkoudet
	<ul style="list-style-type: none"> - Aihe vetoaa tunteisiin - Järjestäjien vanhat kontaktit - Yhteistyö ja markkinointi 28 paikkakunnan kanssa - Valmiin konseptin hyödyntäminen - Järjestäjien paikkakuntatietämys - Naisten Pankki Loviisa 	<ul style="list-style-type: none"> - Järjestäjien kokemattomuus - Nollabudjetti - Naisten Pankki Porvoon aktiivisten jäsenten määrä - Tiukka aikataulu - Sponsorihankinnan ja järjestelyiden tekeminen kesäkuukausina
Ulkoiset tekijät	Mahdollisuudet	Uhat
	<ul style="list-style-type: none"> - Uusien kontaktien hankkiminen - Naisten Pankin tunnettuuden kasvu - Pysyvien yhteistyökontaktien syntyminen - Naisten Pankista jää positiivinen muistijälki - Tulevien tapahtumien järjestämisen helpottuminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Sää - Kehno taloustilanne - Yhteistyökumppanit eivät kiinnostu - Ihmiset eivät tunne Naisten Pankkia tai eivät kiinnostu siitä - Naisten Pankista jää negatiivinen muistijälki - Kova kilpailu muiden hyväntekeväisyttä järjestävien tahojen kanssa - Porvoolaisten innokkuus osallistua erilaisiin tempauksiin on matalahko

Kuvio 3. SWOT -analyysi.

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumassa kerätään varoja kehitysmaiden naisille. Keräyskohteena kehitysmaassa asuvan naisen ja hänen sekä hänen perheensä toimeentulon ja tulevaisuuden turvaaminen on aiheena erinomainen ja tunteisiin vetoava. Tunteisiin vetoavan aiheen uskotaan olevan selkeä vahvuus. Varsinkin naisten uskotaan samaistuvan toisten naisten auttamiseen ja saada heidät sitoutuneiksi yhteiskunnan kehittämiseen auttamalla naista kestävän kehityksen periaattein.

Tapahtumaa järjestämässä olevista henkilöistä kaikilla on kontaktiverkosto, josta kyetään haalimaan ainakin osa sponsoreista, esiintyjistä sekä vapaaehtoisista. Lisäksi osa vapaaehtoisista tulee Naisten Pankin Porvoon kautta, joten sen ei tulisi olla ongelma. Helenan kokemus lukuisista erilaisista projektitoista sekä erilaisten järjestöjen toiminnassa mukana olemisesta auttaa tapahtuman järjestämisessä todella paljon.

Tapahtuma järjestetään valtakunnallisesti viidettä kertaa. Vuonna 2014 se järjestetään 28 paikkakunnalla. Vinkkejä aikaisemmilta vuosilta järjestelyiden tekemiseen on siis saatavilla runsaasti, minkä lähtökohtaisesti tulisi auttaa tapahtumaa toteutettaessa. Lisäksi yhteis-

työ muiden paikkakuntien kanssa auttaa tapahtuman markkinoinnissa. Onhan 28 paikkakunnalla tehtävä markkinointi huomattavasti väkevämpää ja näkyvämpää kuin vain yhdellä paikkakunnalla tehtävä markkinointi.

Yhteistyö Naisten Pankki Loviisan kanssa antaa tapahtuman järjestelyiden suunnitteluun varmasti eniten. Naisten Pankki Loviisassa tapahtuma järjestetään toista kertaa ja he ovat jo ”konkareita” niin Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman kuin muidenkin Naisten Pankin tapahtumien järjestämisessä. Tämän tulisi karsia suurimmat sudenkuopat tapahtuman toteutuksesta. Heidän kanssaan pidetään myös yhteiset lehdistötilaisuudet ja Loviisan Vanhat Talot -päivillä on maininta myös Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta. Ideoiminen suurella joukolla on oletetusti tehokkaampaa kuin pienen ryhmän ideointi.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäjillä ei ole aikaisempaa kokemusta vastaavanlaisen projektin läpiviennistä. Kumpikaan järjestäjistä ei ole koskaan järjestänyt minkäänlaista julkista tapahtumaa eikä kummallakaan ole mainittavaa kokemusta esimerkiksi sponsorihankinnasta tai Naisten Pankin toiminnasta. Lähes kaikki asiat tulevat uuteen ja niiden sisäistäminen nopeassa aikataulussa voi olla suuri haaste. Kokemattomuuden vaikutusta pyritään hillitsemään hyödyntämällä toimeksiantajan laajaa kokemusta mahdollisimman paljon. Työ tehdään tarkassa ohjauksessa ja projektin kulkua seurataan viikoittain joko sähköpostein, puhelimitse tai tapaamalla.

Tapahtuma järjestetään ilman budjettia. Kaikki saadut materiaalit ja lahjoitukset tulevat joko yrityksiltä, yhteisöiltä tai yksityishenkilöiltä. Näin ollen joitain tapahtuman aikana, sitä ennen tai sen jälkeen tarvittavia materiaaleja ei vain voida käydä ostamassa. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi markkinoinnin voi itse suunnitella, mutta toteutuakseen täytyy löytää sponsori, joka tekee julisteet ja painaa ne. Tämän jälkeen julisteet täytyy käydä itse ripustamassa ja poistamassa, kun tapahtuma on ohi. Sponsoriin löytäminen on vain yksi monista asioista, joita tulee ottaa huomioon, kun toimitaan nollabudjetilla. Käytännössä kaikki tapahtumassa oleva, on hankittava yhteistyökumppaneilta. Nollabudjetti lisää tehtävän aivotyön määrää ja tekee projektista huomattavasti ”raskaamman”. ”Kun raha loppuu luovuus alkaa”.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa järjestämään hankittiin kaksi opiskelijaa. Toimeksiantaja ilmoitti jo ensimmäisessä tapaamisessa, että Naisten Pankki Porvoolla on hieman liian vähän aktiivisia jäseniä. Vapaaehtoisia ei Porvoosta uskota tulevan tapahtuman suunnitteluvaiheeseen mukaan välttämättä ollenkaan. Sen sijaan tapahtumapäiväksi vapaaehtoisia uskotaan saapuvan.

Naisten Pankki on perustettu vuonna 2007. Se on onnistunut saamaan toimintaansa mukaan jo runsaasti kuukausilahjoittajia sekä jaettua tietoa toiminnastaan suurelle määrälle suomalaisia yrityksiä, yhteisöjä sekä yksityishenkilöitä. Naisten Pankin oman arvion mukaan heidät tunnetaan kuitenkin edelleen melko huonosti. Naisten Pankin asettaman tavoitteen mukaisesti, pyritään sen tunnettuutta parantamaan. Toimintaan halutaan mukaan pitkäaikaisesti sitoutuneita tahoja, niin yrityksiä, yhteisöjä kuin yksityishenkilöitäkin. Suurena mahdollisuutena on jakaa Naisten Pankin sanomaa ja toimintaperiaatetta mahdollisimman laajasti. Tarkoituksena on iskostaa ihmisten mieliin välittömästi ”Naisten Pankki” - sanat kuullessaan yhteisön toimintaperiaate eli kehitysmaiden auttaminen naisten kautta.

Tunnettuutta kasvatettaessa hankitaan myös uusia kontakteja. Hankintaprosessissa on tärkeää jättää positiivinen muistijälki Naisten Pankista. Riippumatta siitä lähteekö jokin taho mukaan tukemaan Naisten Pankin toimintaa vuonna 2014, tulee sille jättää positiivinen muistijälki. Koskaan ei tiedä, vaikka kyseinen taho kiinnostuisi aiheesta, mutta ei jostain syystä pystyisi tukemaan tapahtumaa juuri tällä kertaa. Sanoman levittäminen positiivisuuden kautta voi luoda tulevaisuudessa runsaasti uusia kontakteja. Sen sijaan huono muistijälki voi tehdä tulevaisuuden tapahtumien järjestämisestä hyvinkin haasteellista.

Ihmisille positiivinen muistijälki jätetään helpoiten järjestämällä hyvin organisoitu ja viihtyisä tapahtuma. Ei petetä paikalle tulijaa antamalla pettymys vaan järjestämällä hyvää mieltä ja positiivisuutta tulviva tapahtuma. Yrityksille tapahtuman antama näkyvyys on tärkeää. Suuren osan oletetaan tukevan tapahtumaa PR:n takia. On tärkeää antaa näkyvyyttä tänä vuonna, jotta yritys tulee mukaan tulevaisuudessakin. Pysyvät yhteistyökumppanuudet ovat hyvä tavoite, sillä ne helpottavat myös tulevien tapahtumien järjestämistä. Tulevaisuudessa Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäminen tulee toivottavasti muutenkin helpottumaan. 14.9.2014 järjestettävä tapahtuma on ensimmäinen ja kirjoitettavan työn tarkoitus on avata sen onnistumisia ja epäonnistumisia.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaan liittyy useita uhkia. Ulkoilmatapahtumia järjestettäessä tulee aina ottaa huomioon sää. Huono sää, sade- tai myrskykeli voi johtaa siihen, että paikalle ei tule kävelijöitä eikä lahjoituksia saada. Tätä riskiä hallitaan ohjaamalla ihmisiä ilmoittautumaan sekä lahjoittamaan ennakoon. Ennakkolahjoituksia keräämällä saataisiin ilmoittautumisia sekä lahjoituksia riippumatta siitä sataako vai. Rahanke-räysprojektin tulos ei ole siis täysin riippuvainen ilmasta, johon itsessään ei voi vaikuttaa.

Vuoden 2014 taloustilanteeseen liittyy Suomessa runsaasti uhkakuvia. Taloudellisen epävarmuuden ajat ohjaavat ihmisen ostokäyttäytymistä. Ostetaan vähemmän ja ostetaan halvempaa. Ei ole epäilystäkään ettei ihmisten yleinen lahjoitushalukkuuskin olisi mata-

lampi, koska rahaa on vähemmän käytössä kuin joskus aikaisemmin. Ihmiset saattavat pitää 30 euron ”lahjoita ammatti” -summaa hieman korkeana. Naisten Pankki Loviisa teki ratkaisun, että he pyrkivät saamaan ihmisiä mukaan 10 euron lahjoitussummilla. Porvoossa 30 euron arvoisia ammatteja kerätään myös kannustamalla ihmisiä lahjoittamaan summa porukassa. Esimerkiksi jos kolme ihmistä lahjoittaa ammatin, ei siitä tule kuin 10 euroa per henkilö. Tällaisella summalla yhä useammalla työssäkäyvällä henkilöllä uskotaan olevan varaa.

Eräänä uhkana on myös se, että vaikka yhteistyökumppaneille (yritykset ja yhteisöt) sekä ihmisille saataisiin tietoa Naisten Pankista ja sen toiminnasta, heitä ei kiinnosta se. Ennen projektin alkua projektiryhmällä oli tiedossa, että muun muassa lastensairaalahanke, lasten ja nuorten liikunta, sotaveteraanit sekä punainen risti ovat kovia lahjoitusten keräyskohteita. Nämä lahjoituskohteet luetaan Naisten Pankin ”kilpailijoiksi”. Niihin on jo lahjoitettu tai ne koetaan miellyttävimmiksi lahjoituskohteiksi joko kotimaisuuden tai muun syyn vuoksi kuin Naisten Pankin toiminta. Tämän vuoksi ihmiset saattavat kieltäytyä auttamasta tällä kertaa.

Mikäli tapahtuma epäonnistuu eli osallistujat eivät viihdy joko järjestelyiden tai ohjelman takia tai yhteistyökumppanit kokevat pettymyksen vaikkapa puutteellisen näkyvyyden takia voi Naisten Pankista jäädä negatiivinen muistijälki. Se on uhka, joka tulee ottaa huomioon kaikessa toiminnassa. Koko projektin aikana esimerkiksi harhaanjohtavassa tai epäkohteliaassa viestinnässä voidaan tehdä virheitä. Tämän vuoksi on tärkeää tehdä asioita koko ajan hyvällä mielellä ja niin, että ihmiset eivät yhdistä Naisten Pankkia epäkohteliaaseen käyttäytymiseen tai vastaavaan toimintaan, josta ei pidetä. Tapahtuman ohjelma ja tarjottava tulisi olla laadukasta ja riittävää. Positiivista muistijälkeä pyritään jättämään tapahtumassa tarjoamalla syötävää, juotavaa, hyvää ohjelmaa sekä pieni Naisten Pankin kassi, jossa on yllätyslahjoja.

Projektiryhmän jäsenet kokevat, että Porvoo on hieman haasteellinen kaupunki, koska ihmisten yleinen halukkuus osallistua erilaisiin tempauksiin on matalahko. Jollain muulla paikkakunnalla osallistuminen ja yhdessä tekemisen synnyttämä riemu on korkeammalla tasolla. Esimerkiksi pohjanmaalla ihmisten asenne talkootöitä kohtaan koetaan paremmaksi.

4.8 Näkyvyyden suunnittelu

Tapahtuman järjestäjillä ei ollut käytössään budjettia ja tapahtuman ollessa Porvoon ensimmäinen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma, keskityttiin tapahtuman järjestämisessä enemmän lupa-asioiden ja muiden asioiden selvittämiseen kuin markkinointiin. Tapahtu-

makonseptin valmistuttua ensimmäisenä vuonna voitaisiin seuraavilla kerroilla keskittyä parantamaan tapahtuman näkyvyyttä.

Porvoon tapahtumalle asetettuja tavoitteita ei kuitenkaan saavutettaisi, mikäli tapahtuma ei saisi jonkinlaista näkyvyyttä. Tapahtuman näkyvyyden varmistamiseksi päädyttiin kirjoittamaan vaihtoehtoja, joiden tiedettiin olevan ilmaisia sekä vaihtoehtoja, jotka voitaisiin toteuttaa jonkin sponsorin avulla. Näkyvyyden saamisessa yhteistyö etenkin Naisten Pankki Loviisan, mutta myös muiden paikallisryhmien kanssa uskottiin antavan voimaa. Pohdittaessa oikeita kanavia, käytettiin suunnittelun apuna tiedotussuunnitelmamallia, joka on nähtävillä liitteessä 10.

4.8.1 Sosiaalinen media

Facebook tiedettiin tehokkaaksi ja ilmaiseksi tavaksi kommunikoida tapahtuman eri vaiheissa potentiaalisille osallistujille. Kustannustehokkuuden, nopeuden ja helppouden vuoksi tapahtumalle päätettiin luoda oma tapahtumasivu, josta on kuva liitteessä 11. Tapahtumasivulle tuli lisätä esittely tapahtumasta sekä päivittää tapahtumasivua projektin edetessä eli käytännössä jatkuvasti, kun jotain olennaista tapahtuisi. Naisten Pankki Porvoolla oli jo oma Facebook -sivunsa, mutta käyttöoikeuksien vuoksi tapahtumalle tulisi avata oma sivunsa. Lisäksi Facebookissa näkyvyyttä saataisiin Naisten Pankin omien sekä valtakunnallisen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasivun kautta.

Naisten Pankilla on omat Twitter -sivut niin Naisten Pankille kuin Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumalle. Porvoon tapahtumalle ei päätetty tehdä omaa Twitter -sivua, koska projektiryhmän kokemuksen Twitteristä ei katsottu olevan riittävää. Toinen syy oli se, että projektiryhmällä ei itsellään ollut jo olemassa olevaa Twitter -verkostoa, jonka avulla tietoa tapahtumasta olisi ollut helppoa levittää. Näistä syistä johtuen Twitterissä päätettiin hankkia näkyvyyttä ainoastaan järjestäjien omilla tileillä satunnaisin twiitein sekä Naisten Pankin avulla.

4.8.2 Lehti- ja radiomainonta

Lehti- ja radiomainonnassa uskottiin olevan suuri mahdollisuus tapahtuman näkyvyyden parantamiseksi, sillä Porvoon paikallislehdillä ja radioilla on suuri paikallinen levikki. Nollabudjetista johtuen, oli lehti- ja radiomainoksia varten hankittava sponsori, joka mainostaisi tapahtumaa ilmaiseksi lehdessään tai radiossaan. Toisena vaihtoehtona oli löytää sponsori, joka maksaa mainontakulut.

Alkuajatuksena oli, että ainakin Porvoon Iskelmä Radio eli Radio Foni tekisi yhteistyötä ja antaisi ilmaista mainosaikaa. Radio Fonilla oli jo etukäteen hyvä maine ilmaisen mainosajan antajana, joten heitä ajateltiin lähestyä ensin. Tarkoituksena oli, että heidän ohjelmaansa voitaisiin suunnitella oma skruppi tai mahdollisesti jopa muutama erilainen. Ensimmäisessä skrupissa puhuttaisiin enemmän Naisten Pankista ja sivuttaisiin Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa. Myöhemmin alettaisiin keskittyä enemmän tapahtuman mainostamiseen. Lähempänä tapahtuman h-hetkeä ihmisiä lähestyttäisiin ”olethan jo muistanut osallistua tai vielä ehdit mukaan” -tyylisellä sloganilla. Suunnitellut skrupit radiomainontaa varten ovat liitteessä 12.

Lehdistöä varten päätettiin järjestää kaksi lehdistötilaisuutta, ensimmäinen jo kesällä, juhannuksen jälkeen ja toinen 1-2 viikkoa ennen tapahtumaa. Tilaisuuksiin haluttiin mukaan myös Naisten Pankki Loviisa sekä Loviisan media, jotta kummankin paikkakunnan ei tarvitsisi järjestää omia tilaisuuksia ja kirjoittaa omia lehdistötiedotteita. Lehdistötilaisuuksien sisältöpainotus tuli olla samanlainen kuin radiomainonnankin suunnittelussa. Ensimmäisessä tilaisuudessa pääpaino oli tehdä Naisten Pankkia tunnetummaksi ja sivuta tulevaa tapahtumaa. Toisessa tilaisuudessa tarkoituksena oli tuoda Kävele Naiselle ammatti -tapahtumat voimakkaammin esiin.

Lehdistöä varten tuli lähettää kutsut noin viikkoa ennen lehdistötilaisuutta. Lähempänä lehdistötilaisuutta tuli jokaiseen mediaan ottaa uudelleen yhteys ja kysyä tulisivatko he paikalle. Tilaisuudet suunniteltiin järjestettäväksi joko Café Cabriolessa tai Porvoo Campuksella. Paikalle saapuvien median edustajien varmistaminen etukäteen oli tärkeää, jotta tarjottaviin osattaisiin varautua oikealla määrällä kahvia ja pullaa. Lisäksi uuden yhteydenoton ajateltiin olevan hyvä muistutus tilaisuuden tarkasta ajasta ja paikasta sekä muistutus tulevasta sisällöstä.

Media, joka ei pääsisi paikalle, saisi välittömästi tilaisuuden päätyttyä lehdistötiedotteen, jonka perusteella he voisivat tehdä jutun joko lehteen tai radioon. Lehdistötilaisuuksien järjestäminen ja lehdistötiedotteiden lähettäminen uskottiin parhaaksi tavaksi saada Naisten Pankin ääni kuuluville.

4.8.3 Julistemainonta

Naisten Pankilla oli jo projektin alkaessa paljon kaikille paikkakunnille yhteisesti sopivia mainosmateriaaleja tehtynä. Reittimerkkejä, julistepohjia, flyereitä sekä monia muita materiaaleja saatiin siis käyttöön Naisten Pankin puolesta. Niihin täytyi tehdä itse ainoastaan paikkakuntakohtaiset muokkaukset ja hankkia sponsori, joka painaisi materiaalit. Materi-

aalit olisi saanut suunnitella myös itse, mutta koska projektiryhmällä ei ollut taitoja tehdä julisteita itse ja käyttöön saadut materiaalit todettiin erittäin toimiviksi, päätettiin käyttää valmiita materiaaleja.

Julistemainonnan tarkoituksena oli tehostaa tapahtuman näkyvyyttä. Julistemainonnalla ihmisille haluttiin jättää mieleen tapahtuman sanoma. Tarkoituksena oli pitää juliste yksinkertaisena, mutta sellaisena, että ihmisillä heräisi kiinnostus etsiä Naisten Pankista ja Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta lisätietoa internetistä tai Facebookista. Hyvännäköiset ja selkeät julisteet herättävät ihmisten huomion pidemmänkin matkan päästä. Ongelmana vain on, että ilmoitustauluilla on usein todella monia julisteita. Tämän vuoksi julisteesta haluttiin värikäs ja eloisa. Naisten Pankin materiaalin pohjalta muokattu juliste on liitteessä 13.

Tapahtumajulisteet oli tarkoitus saada levitettyä ympäri Porvoota ja sen lähialueita noin kahta kuukautta ennen tapahtumaa, kuitenkin viimeistään elokuun puolivälissä. Julisteiden haluttiin olevan kokoa A1-A5, riippuen siitä millaiseen tilaan ne tultaisiin sijoittamaan. Julistemainonnan suunnitteluvaiheessa kartoitettiin Porvoon potentiaalisia sijoituspaikkoja, joita olivat muun muassa koulut, kirjastot, ruokakaupat, virastotalot, kahvilat, ulkona olevat ilmoitustaulut, bussipysäkit sekä ulkona olevat sijoituspaikat, kuten sähkökaapit. Kartoitettaessa julisteiden sijoituspaikkoja tehtiin myös alustavia suunnitelmia siitä, minkä kokoisia julisteita tarvittaisiin minnekin ja kuinka paljon niitä tulisi yhteensä olla. Liitteessä 14 on julisteiden sijoitussuunnitelma.

4.8.4 Muu mainonta

Projektin alkaessa tiedettiin, että Naisten Pankin avulla Porvoon tapahtuma saisi valtakunnallisen tapahtumamainonnan avulla näkyvyyttä. Tarkkaa tietoa siitä missä ja milloin Naisten Pankilla olisi mainontaa, ei kuitenkaan tiedetty. Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman muuta mainontaa ei suunniteltu kovinkaan tarkasti. Tavoitteena oli, että projektissa mukana olevat henkilöt sitoutuivat tuomaan omille verkostoilleen tapahtumaa tutuksi. Suusta suuhun markkinointi, puhelinmarkkinointi sekä muu markkinointi olivat keinoja, joita päätettiin käyttää maksimoimaan tapahtuman osallistujamäärä.

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa ilmeni myös mahdollisuus tehdä tapahtumasta mainosvideo, jota voitaisiin käyttää valtakunnallisesti tulevien tapahtumien mainonnassa. Projektiryhmä suunnitteli videon yhdessä tapahtuman sponsorin Ansa Productionin kanssa. Suunnittelu alkoi ensimmäisen yhteydenoton, 15.7. jälkeen. Ennen tapahtumaa pohdittiin sopivaa näkökulmaa videolle. Vaihtoehtoina oli tehdä videosta joko rento ja hauska video

tai enemmän tunteisiin vetoava ja ajatuksia herättävä. Videolle mietittiin ennen tapahtumaa myös sopivaa musiikkia ja tarinaa, jonka narratori eli kertoja voisi kertoa. Suunniteluvaiheessa tultiin lopulta siihen tulokseen, että tuottajat kuvaavat tapahtumassa parhaalla näkemällään tavalla ja tapahtuman jälkeen päätettäisiin lopullisesti videon pituus ja sisältö.

4.9 Henkilökunnan ja sidosryhmien hankinnan suunnittelu

Tapahtuman onnistumisen kannalta henkilökunnan ja sidosryhmien hankinnan suunnittelu oli varsin tärkeää. Ilman työntekijöitä, esiintyjiä ja sponsoreita tapahtuma jäisi todella yksinkertaiseksi. Näiden ryhmien hankinnan suunnittelu aloitettiin pohtimalla tapahtuman ohjelman sisältöä ja sen vaatimia työntekijöitä ja muita tapahtuman toteuttajia. Tapahtuman ohjelman ollessa alustavasti valmis voitiin aloittaa esiintyjien ja sponsoreiden hankinnan suunnittelu.

Sponsoreiden hankintaa varten suunniteltiin lista kaikista mahdollisista yrityksistä ja yhteisöistä, jotka voisivat lähteä mukaan tapahtumaan. Sponsorilistaan kerättiin suuri määrä potentiaalisia sponsoreita. Ne luokiteltiin potentiaalinen mukaan, siten että niihin yrityksiin ja yhteisöihin, joilla uskottiin olevan kiinnostusta ja mahdollisuus sponsoroida, otettaisiin ensimmäiseksi yhteyttä. Sponsorilistaan oli tarkoitus päivittää yhteydenotot ja niiden lopputulos. Sponsorilista, johon on merkitty myös muun muassa yhteydenottopäivät on liitteessä 15.

Tapahtuman ohjelmaan suunniteltiin sisältyvän muun muassa runonlausuntaa, alkuverryttelyä ja puhetta, joten tarkoitus oli ottaa yhteyttä yrityksiin, yhteisöihin ja yksityisiin henkilöihin, joiden uskottiin sopivan näihin erilaisiin rooleihin. Esimerkiksi alkuverryttelyä varten suunniteltiin otettavan yhteyttä Porvoon tanssikouluihin ja runonlausujia ja musiikin soittajia uskottiin löytyvän Porvoon kansalaisopiston järjestämisestä ryhmistä. Puhujaksi suunniteltiin jotakuta tunnettua henkilöä, joka tulisi mielellään puhumaan hyvän asian puolesta.

Esiintyjien lisäksi tapahtumaan tarvittiin työntekijöitä. Projektipäälliköiden lisäksi tapahtuman sujuvaa läpivientiä varten laskettiin tapahtumapäivänä tarvittavan 6-8 vapaaehtoista. Jo alun alkaen oli tiedossa, että Naisten Pankki Porvoon jäsenistä saataisiin osa työntekijöistä. Naisten Pankki Porvoon jäsenet tiedettiin kuitenkin etukäteen melko passiivisiksi, joten tuli todennäköisesti henkilökunnasta ajateltiin hankkia projektipäälliköiden omista verkostoista. Näin saataisiin tarpeeksi työntekijöitä, jotta tapahtuma voitaisiin viedä kunnila läpi, eikä kenellekään tulisi liikaa työtä ja vastuuta tapahtumapäivänä.

Tapahtumalle yritettiin saada myös suojelija. Lähtökohtaisesti tapahtumalle ei haluttu suojelijaksi poliitikkoa, koska sitä korttia ei vaalien alla haluttu käyttää. Vaihtoehtoja kartoitettiin jonkin verran. Tarkoituksena oli saada suojelijaksi joko urheilija tai valtakunnallisesti arvovaltainen henkilö. Lopulta suojelijaksi yritettiin saada presidentin kanslian kautta joko tasavallan presidentin Sauli Niinistön puolisoa Jenni Haukiota tai Mauno Koiviston puolisoa, Tellervo Koivistoa. Presidentinkansliasta kuitenkin vastattiin, että tällä kertaa kyseiset henkilöt ovat muiden töidensä ohella estyneitä toimimaan tapahtuman suojelijoina. Johtuen siitä, että presidentinkansliasta vastattiin vasta elokuussa, ei suojelijaksi enää ehditty hankkia ketään muuta.

5 Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutukseen kuului monia eri tehtäviä, jotka edellyttivät projektipäälliköiltä ajoittain paljonkin työtä ja aikaa. Eri vaiheiden toteuttaminen oli kuitenkin helpompaa, kun ne oli suunniteltu ennalta hyvin. Liitteessä 38 on listattu kaikki keskeisimmät markkinointitoimenpiteet, jotka toteutettiin toteutusvaiheessa. Koko toteutusvaihe huipentui itse tapahtumapäivään, kun käsikirjoitusta päästiin toteuttamaan.

Toteutusvaiheessa olennaista oli menestys sponsori-hankinnassa, joka vaikutti suuresti siihen, miten tapahtuman sisältö lopulta rakentui. Tapahtuman ohjelma oli jo alustavasti suunniteltu, joten siihen tarvitsi enää etsiä sopivat esiintyjät ja vapaaehtoiset työntekijät toteuttamaan se onnistuneesti. Vaikka kyseessä oli valtakunnallisesti mitattuna melko pieni tapahtuma, tarvittiin siihen yllättävän monta apukättä, jotta kaikki suunnitellut tapahtumaohjelmat saatiin mahdollistettua. Näiden ohella tapahtuman mahdollisimman suuri näkyvyys eri medioissa auttoi saamaan osallistujia ja siten lahjoituksia Naisten Pankille. Lisäksi näkyvyyden toteuttamisella kasvatettiin Naisten Pankin tunnettuutta, joka oli tapahtuman toinen tavoite.

5.1 Ulkoiset sidosryhmät

Sponsorit olivat merkittävässä osassa tapahtuman onnistumisessa, sillä yksinkertainenkin tapahtuma vaatii erilaisia materiaaleja niin markkinointiin kuin itse tapahtumaan. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaan tarvittiin monenlaisia materiaaleja, mutta nolla budjetilla niitä ei ollut mahdollista ostaa, vaan tarvittiin sponsoreiden apua. Tapahtumaan tarvittiin muun muassa juomaa, kertakäyttöastioita, pientä syötävää, alkuverryttelyn pitäjä ja mainoksia sekä muita painotuotteita.

Sponsoreiden etsintä aloitettiin pohtimalla paikallisia yrityksiä ja yhteisöjä, jotka voisivat olla kiinnostuneita lähtemään mukaan sponsorointiin ja yhteistyöhön. Tärkeimmiksi koettiin suuret ja keskisuuret yritykset, naisyrittäjät ja yritykset, jotka voisivat tarjota tuotteitaan tai palvelujaan tapahtumaan. Kaikki sponsoriprospektit kirjattiin ylös liitteen 15 mukaiseen listaan ja myöhemmin yhteydenottojen jälkeen tietoja päivitettiin.

Sponsorointi on aina molemmin puolista yhteistyötä, josta kumpikin osapuoli saa jonkinlaista hyötyä. Näin ollen, ennen kuin sponsoreihin voitiin ottaa yhteyttä, tuli pohtia, mitä sponsorit saavat vastineeksi, mikäli ne lähtevät mukaan. Sponsoreille luvattiin näkyvyyttä tapahtuman markkinoinnissa käytetyissä medioissa, annettiin mahdollisuus mainostaa

yritystä tapahtumapaikalla ja lisäksi yritykset saivat hyödyntää sponsorointia omassa viestinnässään.

Jotta valittuihin yrityksiin voitiin olla yhteydessä, laadittiin yhteydenottoja varten, liitteestä 16 löytyvä yritysviesti Naisten Pankin valmiiden materiaalien pohjalta, mikä voitiin helposti lähettää sähköpostilla. Yritysviestissä kerrottiin lyhyesti Naisten Pankista, Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta sekä esiteltiin tietenkin erilaiset sponsoroinnin mahdollisuudet. Sähköpostin ja yritysviestin lähettämisen jälkeen osaan yrityksiin ja yhdistyksiin soitettiin tai tehtiin henkilökohtainen vierailu ja kysyttiin olivatko he kiinnostuneita sponsoroinnista tai yhteistyöstä. Alla oleva taulukko 2 kertoo tapahtumaa tukevien yritysten lopullisen lukumäärän sekä tavan, jolla ne tukivat sitä.

Taulukko 2. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman yhteistyökumppanit ja sponsorit.

Yritys	Miten sponsoroi
Amica Campus	Kertakäyttöastiat
Ansa Production	Tapahtumavideo
Autokorjaamo Kukkonen Ari	Kuljetusajoneuvo ja varastotila
Café Cabriole	Kaksi lahjakorttia
DNA	Valtakunnallinen
Ernst & Young	Valtakunnallinen
Fazer	Valtakunnallinen
Gabriel 1763	Kahvi / tee ja tarvikkeet
Haaga-Helia	Äänentoisto, esiintymislava, pöydät
Koulutettu Hieroja Minna Hyypiä	Lahjakortti
Huiskula	Kukkia
Itäväylä	Teltta ja paidat
LähiTapiola	Maksaa ammatin per yrityksen kävelijä
Makulaku	Markkinaku -pussi 100 kävelijälle
Neste Oil	Juomapullot ja nimikyltti matkalaukkuun
S-Market Näsi	100 banaania
Suomalainen Kirjakauppa	Tuotepalkintoja arvontaan
Porvoon Offsetpaino	Julisteet ja viirit
Radio Foni	Radionäkyvyys
Taidetehtaan Tanssikoulu	Alkuverryttely

Projektiryhmä otti yhteyttä kaiken kaikkiaan 72 yritykseen tai yhteisöön. Tapahtuman valtakunnallisten tukijoiden Ernst & Youngin, DNA:n ja Fazerin lisäksi paikallisiksi sponsoreiksi saatiin lopulta 17 yritystä. Kaikki paikalliset sponsorit olivat samanarvoisia, eikä tapahtumalla ollut pääsponsoria. Yrityssponsoreiden lisäksi tapahtuman tukemiseen osallistui yksi yhteisö, Lions Club Porvoo Blanka. Heidän jäsenistään 15 osallistui lahjoittamaan, mutta vain osa saapui kävelemään.

5.2 Henkilökunta

Henkilökuntaa laskettiin aluksi tarvittavan Naisten Pankin puolelta 6-8. Tämän lisäksi laskettiin vielä Sami Kukkonen ja Nina Ölander. Myöhemmin kävi kuitenkin ilmi, että henkilökuntaa tarvittaisiin hieman enemmän. Henkilökuntaa jouduttiinkin hankkimaan paikan päälle vielä viimeisellä viikolla, koska kaikkien osallistuminen ei ollut alusta asti varmaa. Projektipäälliköiden omista verkostoista saatiin lopulta lisätyövoimaa yhteensä kuusi henkilöä.

Taulukko 3. Henkilökunnan työtehtävät tapahtuman aikana.

Nimi	Organisaatio	Työtehtävät / vastualueet	Sijainti
Sami Kukkonen	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu	Järjestäjä, koko tapahtuman organisointi	Kävelyreitti pitkä
Nina Ölander	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu	Järjestäjä, koko tapahtuman organisointi	Kävelyreitti pitkä
Reija Sandelin	Naisten Pankki	Kuuluttaja ja kävelyreitti	Kävelyreitti pitkä
Arja Schobesberger	Naisten Pankki	Maalialueen pystytys. Lipas & palkintojen ja kassien luovutus	Maalialue
Terhi Pöllänen	Naisten Pankki	Kahvituspisteen pystytys, purku ja tarjoilu	Kääntöpaikka
Riitta Forsnabba	Naisten Pankki	Maalialueen pystytys, purku. Palkintojen ja kassien luovutus	Maalialue
Heljä Mäntylä	Naisten Pankki	Lipas ja kävelyreitti	Kävelyreitti lyhyt
Reetta Lampinen	Naisten Pankki	Kahvituspisteen pystytys, purku ja tarjoilu	Kääntöpaikka
Helena Vennonen	Naisten Pankki	Pullien leivonta	Ei mukana tapahtumassa
Muut (7 yksityishenkilöä)	Muu	Vaihtelevia työtehtäviä. Esimerkiksi äänentoistosta huolehtiminen ja alueiden rakentaminen ja purku	Maalialue & kävely

Taulukko 3 osoittaa, missä työtehtävissä kukin vapaaehtoinen tapahtuman aikana oli. Työtehtävät sijaitsivat joko lähtö- ja maalialueella, kääntöpaikalla tai kävelyreitillä. Työtehtävät pyrittiin jakamaan niin, että kukin sai tehtävän, joka tuntui itselle luontevalta. Käytännössä työt jaettiin niin, että toiset huolehtivat lähtö- ja maalialueesta ja toiset kääntöpaikasta. Lisäksi osan työtehtäviin kuului kävelyn suorittaminen ja reitin valvonta.

Järjestäjien näkyvyys tapahtumapaikalla ja kävelyreitillä varmistettiin siten, että heillä oli päällä joko Naisten Pankin logolla varustetut mustat paidat tai oranssit, Itäväylän ja Nais-

ten Pankin logolla varustetut paidat. Järjestäjien tunnistettavuus auttoi osallistujia, sillä mikäli heillä heräsi kysymyksiä, tiesivät he kenen puoleen kääntyä. Lisäksi järjestäjien tunnistettavat asut tekivät tapahtumasta arvokkaamman oloisen.

Tapahtumaan saatiin järjestettyä kävelyn lisäksi muutakin ohjelmaa, jonka tarkoituksena oli lisätä ihmisten viihtyvyyttä ja hyvää mieltä. Lisäohjelman avulla tapahtumasta saatiin siis houkuttavampi. Ennen kävelyä tuli olla myös hieman ylimääräistä aikaa, jotta ihmiset pystyivät lahjoittamaan keräyslippaisiin rahaa. Taulukossa 4 on esitetty tapahtuman esiintyjät.

Taulukko 4. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman esiintyjät.

Esiintyjä	Työtehtävä
Amos Nordman	Musiikki
Anna Talvitie ja Sauli Lahtinen	Runon lausunta
Elina Valtonen	Alkuverryttely
Reija Sandelin	Kuuluttaja
Silja Metsola	Juhlapuhe

Tapahtuma aloitettiin etkoilla, jonne tarvittiin elävää musiikkia. Etkoille saatiin pianistiksi Amos Nordman. Hänen yhteystietonsa saatiin Porvoon musiikkiopistolta vasta 11.9.2014 eli vain kolme päivää ennen tapahtumaa. Tapahtumalle tarvittiin myös kuuluttaja, jonka tehtäviin kuului tapahtuman esittely, puheet esitysten välillä sekä tietenkin tapahtuman sujuva läpivienti. Kuuluttajaksi saatiin henkilö, joka tuntee Naisten Pankin entuudestaan sekä osaa mieluusti ruotsia, joten luonteva ratkaisu tähän oli pyytää kuuluttajaksi Haaga-Helian ruotsinkielisen koulutusohjelman johtajaa ja Naisten Pankki Porvoon jäsentä Reija Sandelinia.

Reija Sandelinin lisäksi tapahtumaan saatiin toinenkin puhuja, Neste Oilin viestintäasian-tuntija ja Porvoon kaupunginvaltuutettu Silja Metsola. Ehdotus Silja Metsolan pyytämiseksi tapahtuman puhujaksi tuli Helena Vennoselta. Silja Metsolan tehtävänä oli tapahtuman juhlapuheen pitäminen, jonka oli tarkoitus liittyä naisiin, yrittäjyyteen ja siihen, että kaikki tarvitsevat apua. Puheilla pyrittiin lisäämään ihmisten innokkuutta lahjoittamaan rahaa.

Anja Snellmanin Naisten Pankille kirjoittama runo – Kävele Naiselle Ammatti – haluttiin Naisten Pankin puolesta valtakunnallisesti lausuttavaksi tapahtumaan. Runon lausuntaa varten otettiin yhteyttä Porvoon kansalaisopistoon, jolta saatiin yhteystiedot kansalaisopiston lausuntapiirin jäseniin. Lausuntapiiristä saatiin runonlausujiksi Anna Talvitie sekä Sauli Lahtinen.

Puheiden ja runon jälkeen päätettiin järjestää lihakset herättävä alkujumppa, jolle etsittiin ulkopuolinen vetäjä. Taidetehtaan tanssikoulusta vastattiin myöntävästi kyselyyn alkuverryttelyn pitäjistä. Hieman myöhemmin he varmistivat, että alkuverryttelyn tulee pitämään erittäin arvostettu ja ammattitaitoinen Freelancer-tanssija ja tanssinopettaja Elina Valtonen.

5.3 Tapahtuman näkyvyyden toteutus

Tapahtuman näkyvyys oli todella tärkeää, jotta ihmiset saivat kuulla tapahtumasta. Nolla budjetin vuoksi tuli kuitenkin hyödyntää kanavia, jotka olivat ilmaisia tai joita voitiin käyttää sponsorin avulla. Facebook oli ilmeinen valinta sen maksuttoman käytön vuoksi, mutta artikkelien saaminen lehtiin ja julisteiden painatus vaati paljon enemmän työtä. Näiden lisäksi muun muassa erilaisten tapahtumakalentereiden ajateltiin olevan hyviä vaihtoehtoja näkyvyyden lisäämiseksi.

5.3.1 Sosiaalinen media

Facebook valittiin yhdeksi markkinointikanavaksi, sillä sen kautta oli mahdollista saavuttaa suuri määrä valittuun kohderyhmään kuuluvia ihmisiä. Facebookiin voitiin myös luoda tapahtuman yhteisö jo ennen itse tapahtumaa, minkä kautta ihmiset sitoutuisivat tapahtumaan paremmin. Facebookkia käytettiin niin ennakkomarkkinoinnissa kuin jälkimarkkinoinnissakin, mutta kuten kuviosta 4 voidaan nähdä, ei Facebookia hyödynnetty tapahtuman aikana.



Kuvio 4. Facebookin käyttö Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumassa.

Aluksi tapahtumalle luotiin liitteen 11 mukainen tapahtumasivu, jonka kautta oli nopeaa ja tehokasta jakaa informaatiota ja saada lisää näkyvyyttä. Tarkoituksena oli, että asiasta kiinnostuneet jakaisivat tapahtumasivun julkaisuja ja siten levittäisivät sanaa tapahtumasta. Tapahtumasivulle lisättiin pieni esittely tapahtumasta ja sen jälkeen tehtiin päivityksiä aina, kun tapahtui jotakin olennaista tapahtuman kannalta, kuten lehdistötilaisuudesta poikineet lehtiartikkelit ja uusien sponsorien saaminen. Tapahtumasivu jaettiin myös Naisten Pankki Porvoon Facebook -sivulla, jonka kautta asiasta ennestään kiinnostuneet saivat tiedon tapahtumasta ja pystyivät levittämään tietoa eteenpäin. Projektiryhmällä ei kuitenkaan ollut tälle sivulle tunnuksia, joten tapahtumasivun ja paikallisryhmän Facebook -sivun välinen vuorovaikutus jäi pieneksi.

Tapahtumasivua päivitettiin kiihtyvään tahtiin. Alussa päivityksiä tehtiin harvemmin ja tarkoituksena oli muistutella ihmisiä tapahtumasta ja esimerkiksi ilmoittautumisesta sekä tietenkin pitää mielenkiintoa yllä. Tapahtuman ajankohdan lähestyessä, päivityksiä tehtiin enemmän ja pyrittiin saamaan ihmiset innostumaan ja kutsumaan omia kavereitaan mukaan tapahtumaan. Facebook -päivitykset pyrittiin pitämään mahdollisimman lyhyinä ja ytimekkäinä, jotta ihmiset jaksoivat lukea niitä ja heidän mielenkiintonsa säilyi.

Jälkimarkkinointi koettiin tärkeäksi osaksi tapahtuman markkinointia, sillä siten saatiin vielä yksi mahdollisuus muistuttaa tapahtumasta sekä Naisten Pankista ja varmistaa, että ihmisille jäi hyvä muistikuva tapahtumasta. Facebookin kautta ihmisillä oli myös mahdollisuus antaa palautetta tapahtumasta. Tapahtuman jälkeen osallistujia kiitettiin mukanaolosta ja lahjoituksista sekä kerrottiin kuinka paljon lahjoituksia saatiin. Samalla, kun kävelijöitä kiitettiin osallistumisesta, voitiin heitä kannustaa tulemaan mukaan myös ensi vuonna. Lisäksi Facebook -sivulla julkaistiin kuvia tapahtumasta ja video, joka kuvattiin yhden tapahtuman sponsorin toimesta.

Facebookiin toivottiin syntyvän aktiivista keskustelua tapahtumasta ja yleisesti Naisten Pankin toiminnasta sekä tietenkin julkaisujen jakamista. Ihmiset eivät kuitenkaan olleet kovin aktiivisia tapahtumasivulla ja Facebookista ei saatu niin paljon hyötyä tapahtumamarkkinointiin kuin olisi haluttu. Parhaimmillaan tapahtumasivu olisi toiminut keskustelupaikkana, jossa Naisten Pankin tunnettuus olisi kasvanut ja tapahtumaan olisi saatu vieläkin enemmän osallistujia. Lähes jokaisella paikallisryhmällä oli oma tapahtumasivu, eikä tähän ollut minkäänlaista ohjeistusta. Kaikilla paikkakunnilla toteutettiin siis omanlaista markkinointia sosiaalisessa mediassa. Ensi vuotta varten voisi pohtia toimisiko yksi suuri tapahtuma Facebookissa paremmin kuin paikallisryhmien pienemmät tapahtumat. Valta-kunnallinen tapahtumasivu jäi nyt erittäin hiljaiseksi, kun se olisi voinut omalta osaltaan tuoda yhteen kaikkien paikallisryhmien osallistujat.

Facebookin avulla pyrittiin myös tavoittamaan muita tapahtuma ja toimintaryhmiä. Esimerkiksi Porvoo Campusin opiskelijoille tarkoitettuun ”Campus Does Sports” -ryhmään laitettiin ilmoitus tapahtumasta ja yritettiin synnyttää keskustelua tapahtumasta. Kohdentamalla mainoksia suoraan heihin, jotka olivat kiinnostuneet liikkumisesta ja erilaisiin tempauksiin osallistumisesta toivottiin tuovan tapahtumaa lisää osallistujia. Kyseisen ryhmän yli 600 jäsenestä ei kuitenkaan lopulta saatu ketään paikalle.

Naisten Pankki toteutti valtakunnallista markkinointia Facebookissa edistään kaikkien paikkakuntien tapahtumien näkyvyyttä. Valtakunnallisesti hyödynnettiin Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasivua sekä Naisten Pankin omaa sivua, joille päivitettiin tapahtumaan liittyviä asioita. Lisäksi Naisten Pankki sai valtakunnalliselta sponsorilta Ernst & Youngilta mainosrahaa, jolla saatiin yksilöllisiä ja paikallisia Facebook -mainoksia, jotka pyörivät Facebookissa perjantaihin 12. syyskuuta asti.

5.3.2 Lehdet ja radiot

Tehokas tapa saavuttaa suuri yleisö oli paikalliset lehdet ja radiot. Lehtiä lukee eri-ikäiset ihmiset ja näin saavutettiin myös ne ihmiset, jotka eivät ole sosiaalisessa mediassa. Lehtiä hyödynnettiin tapahtuman markkinoinnissa, jotta Naisten Pankin tunnettuus kasvaisi ja tapahtumalle saataisiin lisää näkyvyyttä erilaisissa medioissa.

Kesäkuun 16. päivänä järjestettiin ensimmäinen tiedotustilaisuus tapahtuman tiimoilta ja sinne kutsuttiin seuraavat paikallislehdet: Uusimaa, Borgåbladet, Itäväylä, Sipoon Sanomat, Loviisan Sanomat, Östra Nyland, sekä paikalliset radiot: Yle Porvoo, Radio Vega ja Radio Foni. Kutsut lähetettiin sähköpostitse 10.6.2014 ja saapuminen tilaisuuteen varmistettiin soittamalla. Tilaisuuteen saapui Uusimaan ja Itäväylän toimittajien lisäksi myös Naisten Pankki Loviisan aktiivisia jäseniä. Suomenkielinen kutsu tiedotustilaisuuteen on liitteessä 17 ja ruotsinkielinen liitteessä 18.

Tilaisuudessa kerrottiin enemmän Naisten Pankin toiminnasta ja vähemmän Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta. Ensimmäisen tiedotustilaisuuden tarkoituksena oli tehdä Naisten Pankkia tunnetummaksi porvoolaisten keskuudessa ja kertoa syksyllä tulevasta hyväntekeväisyystapahtumasta. Tilaisuuden jälkeen poissaolleisiin lehtiin ja radioihin lähetettiin lehdistötiedote sähköpostilla ja osaan materiaalit vietiin henkilökohtaisesti. Lehdistötilaisuus oli onnistunut, sillä Uusimaassa, Itäväylässä ja Loviisan Sanomissa ilmestyivät lehtiartikkelit Naisten Pankista ja Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta ja lisäksi Radio Fonissa mainostettiin tapahtumaa useita kertoja 16.6.- 13.9.2014 välisenä aikana.

Uusimaan, Itäväylän ja Loviisan Sanomien artikkelit ovat liitteissä 19-21. Suomenkielinen lehdistötiedote on liitteessä 22 ja ruotsinkielinen liitteessä 23.

Seuraava lehdistötilaisuus järjestettiin lähempänä tapahtuman ajankohtaa 4. syyskuuta, mihin kutsuttiin samat mediat kuin ensimmäiseenkin tiedotustilaisuuteen. Kutsu toiseen tiedotustilaisuuteen on liitteessä 24. Paikalle saapui Naisten Pankki Loviisan jäseniä sekä toimittaja Itäväylästä. Toisessa tiedotustilaisuudessa haluttiin keskittyä enemmän itse tapahtumaan ja jättää Naisten Pankin esittely vähemmälle. Tilaisuudessa julkistettiin muun muassa tapahtuman sponsorit sekä aikataulu ja ohjelma. Loviisan Sanomissa, Uusimaassa sekä Itäväylässä julkaistiin artikkelit ennen tapahtumaa. Itäväylän artikkeli löytyy liitteestä 25. Suomenkielinen lehdistötiedote on liitteessä 26 ja ruotsinkielinen liitteessä 27.

5.3.3 Julistemainonta

Julistemainonnassa hyödynnettiin Naisten Pankin valmista julistepohjaa, jota muokattiin Porvoon tapahtumaan sopivaksi. Julisteen värimaailma koostui mustasta, keltaisesta ja vihreästä. Nämä värit erottuivat esimerkiksi ilmoitustauluilla hyvin muista mainoksista. Julisteiden sanoma pidettiin erittäin yksinkertaisena ja sellaisena, että se on helppo ja nopea lukea ohi kulkiessa. Kuvia julisteiden sijoituspaikoista on liitteessä 28.

Julisteita vietiin monin eri paikkoihin ympäri Porvoota ja ne pyrittiin levittämään paikkoihin, joissa kulkee mahdollisimman paljon ihmisiä. Tällaisia paikkoja olivat muun muassa kirjastot, koulut, urheiluhallit, Porvoon kaupungin tilat, kaupat ja ostoskeskukset, kadut ja Porvoon Vanha kaupunki. Julistemainonta sijoittui 4.-14. syyskuuta väliselle ajalle. Alun perin oli tarkoitus, että julisteet olisivat paikoillaan jo hieman aikaisemmin, mutta sponsorin löytämisen viivästyttyä, viivästy myös julisteiden levittäminen. Tapahtuman sponsori, Porvoon Offsetpaino painoi A2-A4 kokoisia julisteita yhteensä 40 kappaletta.

5.3.4 Muu mainonta

Facebookin, radioiden ja lehtien sekä julistemainonnan lisäksi tapahtumaa mainostettiin erilaisilla menot -palstoilla, jotta tapahtuman näkyvyys saatiin mahdollisimman suureksi. Porvoon Kaupungin tapahtumakalenterissa tapahtumasta ilmoitettiin kahdeksas elokuuta. Merkintä tapahtumakalenterissa tarkoitti samalla sitä, että koko Porvoon Kaupungin henkilökunta sai tapahtumaviikolla kaupungin sisäisessä viikkoinfossa tiedon tapahtumasta. Tällä toimenpiteellä oli mahdollista saavuttaa koko kaupungin henkilökunta eli yli 3500 ihmistä. Porvoon Kaupungin tapahtumakalenteriin tehty ilmoitus on liitteessä 29.

Syyskuun viidentenä lähetettiin tapahtumailmoitukset Uusimaan internetitapahtumakalenteriin (liite 30) ja Haaga-Helian internetuutisiin, Itäväylän tapahtumakalenteriin, Borgåbla-

detiin sekä Evenemax -sivustolle. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman ilmoitus julkaistiin kaikissa muissa paikoissa, paitsi Itäväylässä. Haaga-Helian tiedote tapahtumasta julkaistiin Epressi -sivulla (liite 31). Lisäksi Porvoo Campuksen televisioon saatiin esille mainosdia (liite 32), jolla pyrittiin viestimään koulun henkilökunnalle ja opiskelijoille tapahtuman olemassaolosta.

Tapahtuman lähestyessä jaettiin myös infolehtisiä, joissa oli yrityksille tai niissä asioiville informaatiota siitä, miten tapahtumaan voi tulla mukaan. Kahviloihin ja päiväkoteihin vietiin tulostettuja yritysviestejä, jotka olivat hieman muokattuja versioita aiemmin mainitusta yritysviestistä. Myös yhdistyksille mainostettiin tapahtumaa ja pyrittiin samaan heidät mukaan. Näitä yhdistyksiä olivat muun muassa Porvoon Martat, Lions Club Blanka Porvoo, Soroptimistit, ja Zonta. Edellä mainittujen mainontakeinojen lisäksi suusta suuhun mainontaa sekä puhelinsoitot ja sähköpostit järjestäjien omille kontakteille olivat tärkeässä roolissa.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma sai valtakunnallista näkyvyyttä myös Naisten Pankin valtakunnallisen toiminnan avulla. Naisten Pankin valtakunnallisen mainonnan lisäksi, hyvää vauhtia Porvoon tapahtumamainontaan saatiin Naisten Pankki Loviisan avulla. Heillä oli Loviisan Wanhat Talot -päivillä 30.-31.8. oma, Naisten Pankin toiminnasta kertova pisteensä. Naisten Pankki Loviisalle toimitettiin vain Porvoon tapahtuman reittikartta ja annettiin infoa, mitä Porvoossa tapahtuisi. Samalla kun he mainostivat omaa tapahtumaansa, mainostivat he myös Porvoon tapahtumaa, sillä olihan kyseisen tapahtuman arviolta 16000 kävijästä ainakin joku Porvoosta.

5.4 Tapahtuman kulku

Porvoo Campukselta haettiin osa tapahtumaan varatuista tarvikkeista jo perjantaina. Esiintymislava, pöydät ja äänentoistolaitteet säilytettiin viikonlopun ajan tapahtumaa varten sponsorilta käyttöön saadussa pakettiautossa. Perjantaina Gabriel 1763 Bar & Restaurantiin toimitettiin kahvia ja teetä varten 15 termospuippua, jotka myöhemmin, tapahtumapäivänä haettiin valmiiksi täytettynä. Ennen tapahtumaa, lauantai-iltana, kyltitettiin myös kumpikin kävelyreitti. Reitin kyltittämisellä ennen tapahtumapäivää vähennettiin tapahtumapäivänä tehtävän työn määrää ja samalla päivän venymistä sekä varmistettiin, että ongelmien sattuessa niiden ratkaisemiseenkin jäisi aikaa.

Tapahtumapäivänä työt aloitettiin lähtö- ja kääntöpaikalla kello 10.00. Tällöin Itäväylä toimitti paikalle teltan. Teltan lisäksi alueelle rakennettiin esiintymislava, asennettiin äänentoistolaitteet, pystytettiin pöydät ja laitettiin Naisten Pankin somisteita. Nina Ölander ja

Heljä Mäntylä hakivat Porvoo Campukselle varastoidut vesikannut ja pakastepullat, jotka vietiin kääntöpaikalle. Lisäksi he etsivät äänentoistolaitteisiin kuuluneen mikrofonin, sillä perjantaina haettu mikrofonilaatikko oli tyhjä. Tämä aiheutti pientä hämminkiä, mutta onneksi laatikkoon kuuluneet mikrofonit löydettiin melko nopeasti. Lähtö- ja maalialue oli kaikkienensa rakennettu kello 12.00 mennessä, jolloin lähtö- ja maalialueen henkilökunnan kesken pidettiin lyhyt kertaus päivän kulusta. Samalla puettiin päälle joko oranssit Itä-väylän toimittamat paidat Naisten Pankin musta paita. Niiden tarkoitus oli tehdä tapahtuman henkilökunnasta tunnistettavia.

Kääntöpaikan rakentaminen alkoi vasta 10.30, koska projektipäälliköiden tuli olla kummallakin alueella paikan päällä rakentamisen alkaessa. Kääntöpaikalle pystytettiin vain muutama pöytä ja tuoli sekä laitettiin aterimet ja servetit valmiiksi pöydille. Pöytien takana olevaan puuhun ripustettiin pyörimään 2-puoleisia Naisten Pankin materiaaleja, joissa oli tarinoita autetuista naisista. Etukäteissuunnitelmien vastaisesti telttaa ei päätetty pystyttää kääntöpaikalle, koska sää oli niin hieno, että telttaa ei koettu tarpeelliseksi.

Kääntöpaikka oli lopulta rakennettu ja somistettu samaan aikaan kuin lähtö- ja maalialuekin. Rakentamisen jälkeen kello 13.00-14.00 alueen henkilökunta haki Gabriel 1763 Bar & Restaurantista kahvilla ja teellä täytetyt termos-pumput sekä teepusseja, kahvimaitoa, sokeria ja muita tarvikkeita. Ne haluttiin hakea vasta juuri ennen kuin kävelijät saapuivat, jotta ne eivät ehtisi jäähtyä ja olisivat mahdollisimman tuoretta. Lopulta kääntöpaikka oli kaikkienensa valmiina vastaanottamaan kävelijöitä suunnilleen samaan aikaan kuin kävelijät lähtivät liikkeelle.

Kaikki esiintyjät ja suuri osa kävelijöistä saapui lähtö- ja maalialueelle jo ennen kuin Amos Nordman aloitti kello 13.00 tapahtuman etkot esittämällä pianollaan tapahtuman tunnelman nostamiseksi sopivia, itse valitsemiaan kappaleita. Hän sai lähtö- ja maalialueen tunnelmaa nostettua ja ihmisten huomio alkoi pikku hiljaa siirtyä esiintymislavan suuntaan. Amos Nordmanin vielä esiintyessä, ilmeni kulisseyksissä kaksikin pientä ongelmaa. Ensinnäkin, esiintyjiltä oli unohtunut etukäteen kysyä haluaisivatko he käyttää mikrofontia vai kuulokemikrofontia. Lyhyen selvityksen jälkeen ilmeni, että kuulokemikrofoni olisi parempi kaikille.

Anna Talvitie ja Sauli Lahtinen halusivat lausua Anja Snellmanin kirjoittaman Kävele Naiselle Ammatti -runon vuoropuheluna, mikä johti toiseen pieneen ongelmaan. Järjestelmään ei ollut kytketty kuin yksi samaan aikaan toimiva mikrofoni ja jotta esitys voitiin viedä esiintyjien suunnitelman kaltaisesti, tuli toinenkin mikrofoni saada yhtäaikaaisesti toimivak-

si. Ongelman ratkaisu vei jonkin aikaa, mutta lopulta äänentoistosta vastanneet henkilöt löysivät tavan saada järjestelmä toimimaan.

Reija Sandelin avasi Porvoon Kävele Naiselle Ammatti 2014 -tapahtuman avauspuheellaan kello 13.30. Hän kertoi Naisten Pankista ja sen toiminnasta, tapahtuman luonteesta, tapahtuman kulusta sekä tapahtuman järjestäjästä. Reija Sandelinin puhuessa suoritettiin kulisseyssä arvonta ennakkoon ilmoittautuneiden kesken. Silja Metsola toimi arvonnän onnettarena. Arvontalista on liitteessä 33.

Avauspuheen jälkeen Silja Metsola piti tapahtuman juhlapuheen. Hänen puheensa käsitteli naisten aseman ja koulutuksen merkitystä. Kummatkin puheet kestivät noin viisi minuuttia ja yleisö vaikutti kuuntelevan niitä mielenkiinnolla. Juhlapuheen aikana projektipäälliköt ottivat vastaan lisää kävelijöitä, joista osa halusi tulla esittäytymään heille. Samaa aikaan tuli huolehtia, että tapahtuma etenee suunnitellun kaltaisesti. Pieni ”hässäkkä” ja kiire kulisseyssä oli valmis, kun tähän lisättiin paikalle ilmaantunut Uusimaan toimittaja, joka halusi haastatella tapahtuman järjestäjiä.

Juhlapuheen jälkeen oli Anna Talvitien ja Sauli Lahtisen vuoro lausua runo. Esiintyjien nuorekas, moderni ja mukaansatempaava tapa esittää runo vuoropuheluna oli erittäin hyvä ja onnistunut ohjelmanumero. Runon jälkeen, Taidetehtaan Tanssikoulun avulla paikalle saatu freelancer-tanssija Elina Valtonen piti kaikille yhteisen alkuverryttelyn. Hän sai koko yleisön mukaan tanssiinsa ensimmäisestä sävelestä lähtien.

Lihasten lämmentyä ja hymyn ja hyvän olon levittyä koko yleisöön, oli vuorossa vielä Reija Sandelinin lyhyt puheenvuoro. Hän julkisti tapahtuman sponsorit ja arvonnän voittajat sekä kertasi päivän luonteen. Lopulta, muutamaa minuuttia yli kaksi lähtivät kaikki yhtenä massana kävelemään kohti kääntöpaikkaa. Reija Sandelin ja Nina Ölander johdattivat joukkoa kävellen ensimmäisinä. Heljä Mäntylä kulki lippaan kanssa joukon keskellä ja Sami Kukkonen tuli joukon viimeisenä ja huolehti, ettei kukaan jäänyt matkalle.

Osa porukasta jatkoi suoraan kääntöpaikan ohi pidemmälle lenkille ja tuli vasta myöhemmin nauttimaan kahvia, teetä, vettä, pullaa ja banaania. Osa jäi ensin syömään ja juomaan ja jatkoi vasta sitten pidemmälle lenkille, mutta suurin osa käveli suoraan tarjottavien nauttimisen jälkeen kohti maalia. Projektipäälliköt lähtivät pienen joukon kanssa kävelemään viimeisinä pitkää lenkkiä ja varmistivat, että kaikki löytävät tiensä takaisin.

Kävelijöillä ei vaikuttanut olevan suurta halua kulkea koko reittiä yhdessä letkassa, vaan jokainen yksittäinen kävelijä tai pienryhmä saapui maaliin omia aikojaan. Tämä teki käveli-

jöiden kontrolloimisesta mahdotonta. Sujuvuutta helpotti se, että niin kävelyreitillä kuin kääntöpaikalla ja lähtö- ja maalialueella oli jokaiselle ennakoon määritelty roolit ja henkilökunta oli erittäin sitoutunutta noudattamaan suunnitelmia.

Maalissa jokainen kävelijä sai Naisten Pankin kassin, jossa oli tietoa Naisten Pankista, sponsoreiden mainoksia ja sponsoreiden lahjoittamia tuotteita, kuten suklaata, karkkia, juomapulloja ja matkalaukun sulkijoita. Lisäksi kaikki saivat maaliintultuaan ruusun halausten kera ja henkilökohtaisen kiitoksen osallistumisesta. Pienellä yllätyksellä ja henkilökoh- taisella muistamisella tapahtumasta haluttiin jättää kaikille positiivinen mielikuva.

Viimeinen kävelijä tuli maaliin noin kello 15.30. Kääntöpaikan purku oli aloitettu viimeisen kävelijän poistuttua ja alue oli purettu kello 16.00 mennessä. Viimeisen kävelijän tultua maaliin, suorittivat Naisten Pankin jäsenet Arja Schobesberger ja Heljä Mäntylä tapahtuman aikana lippaisiin lahjoitettujen rahojen laskennan. Naisten Pankkia informoitiin alus- tavasti lasketusta lahjoitussummasta välittömästi. Tällä välin muut purkivat lähtö- ja maa- lialuetta, joka oli kokonaan purettu kello 17.00, jolloin Itäväylä haki telttansa pois. Tämän jälkeen muu henkilökunta poistui ja projektipäälliköt keräsivät reittikyltit pois sekä pesivät termos-pumput. Kaikki työt oli tehty kello 18.00 mennessä ja tapahtumapäivä oli ohi. Ta- pahtuman aikana tarvittu materiaalit, kuten äänentoistotarvikkeet, esiintymislava, pöydät, tuolit, termoskannut ja vesisäiliöt palautettiin yhteistyökumppaneille vasta seuraavana aamuna. Kuvia tapahtumasta on liitteessä 34.

6 Tapahtuman jälkeinen työ

Tapahtuman jälkeen järjestäjien työt eivät loppuneet, vaan oli tärkeätä muistaa tapahtuman jälkeiset työt, joiden onnistumisella on myös vaikutusta tapahtuman onnistumiseen ja kokonaiskuvaan. Tapahtuman jälkeisiin töihin kuului kaikkien eri tahojen kiittäminen, tulosten julkistaminen ja työn arvioiminen. Lisäksi tapahtuman jälkeisiin töihin kuului tapahtumavideon suunnittelu, toteutus ja jakaminen. Tapahtuman jälkeiset työt sujuivat kaiken kaikkiaan ilman ongelmia ja työt saatiin tehtyä suunnitellusti. Viimeiset tehtävät oli helppo toteuttaa onnistuneen tapahtuman jälkeen.

Tapahtuman jälkeinen työ alkoi heti tapahtuman loputtua, sillä järjestäjät keräsivät kaikkien kävelijöiden ollessa maalissa kävelyreitiltä suuntaviirit sekä julisteet. Lahjoitetut rahat tuli myös laskea heti ja tämän tekivät kaksi Naisten Pankkilaista. Lahjoitussummasta tiedotettiin vielä samana päivänä Naisten Pankkia. Lopuksi tapahtuman lähtö- ja maalialue siivottiin vapaaehtoisten voimin ja kaikki materiaalit kerättiin talteen. Aivan viimeiseksi purettiin teltta ja odotettiin Itäväylän hakevan sen. Seuraavana maanantaina palautettiin yhteistyökumppaneille muun muassa äänentoistotarvikkeet, lava, termoskannut ja vesisäiliöt.

Tapahtuman osallistujia, sponsoreita ja muita yhteistyökumppaneita sekä vapaaehtoisia työntekijöitä haluttiin kiittää tapahtumaa seuranneena maanantaina. Kaikille sponsoreille ja yhteistyökumppaneille lähetettiin sähköpostitse kiitosviesti, jossa kiitettiin henkilön tai yrityksen mukanaoloa ja samalla kerrottiin lahjoitussumma, joka saatiin kerättyä tapahtumassa. Lisäksi muistutettiin tapahtuman olevan jokavuotinen ja toivottiin yhteistyön jatkuvan ensi vuonnakin. Kiitoskirjeen (liite 35) toivottiin vahvistavan mielikuvaa tapahtumasta saada kaikki eri tahot tuntemaan heidän osallistumisensa olevan merkityksellinen.

Tulosten julkaiseminen tarkoitti tässä tapahtumassa lahjoitussumman julkaisemista kaikille mukana olleille. Porvoon tapahtuman tuotto laskettiin heti tapahtumapäivänä ja näin ollen oli mahdollista kertoa lahjoitussumma heti seuraavana maanantaina kiitosviesteissä sekä julkaista se Facebookin tapahtumasivulla. Tapahtuman valtakunnallinen keräyssumma julkaistiin Naisten Pankin toimesta niin Facebookissa kuin kotisivuillakin.

Kiitosten ja tulosten julkaisun jälkeen oli aika arvioida tapahtuman onnistumista. Onnistumista arvioitiin saadun palautteen, lahjoitussumman ja järjestäjien omien kokemusten perusteella. Palautetta antoivat muun muassa tapahtumaan osallistuneet henkilöt, vapaaehtoiset työntekijät sekä Naisten Pankin edustajat. Lisäksi Naisten Pankin toimesta ennak-

koilmoittautuneille lähetettiin sähköpostitse internetlinkki palautekyselyyn, josta Naisten Pankki sai arvokasta palautetta.

6.1 Tapahtumavideon toteutus

Yksi tärkeä tehtävä tapahtuman jälkeen oli tapahtumavideon toteutuksen loppuun saattaminen. Videon kuvasi tapahtuman sponsori Ansa Production, jonka kanssa projektipäälliköt kävivät läpi videon toteutukseen liittyvät asiat läpi. Kokouksissa sovittiin videon luonteesta ja kaikesta mikä sen toteutukseen liittyy, kuten sopimus videon käytöstä ja sen julkaisemisesta. Videossa ei haluttu mainostaa ainoastaan Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaa, vaan sen haluttiin kuvaavan tapahtumaa yleisellä tasolla. Videolla tuli tehdä selväksi mikä on Naisten Pankki ja mikä on Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma. Tuli myös päättää onko videolla jokin tarina vai kuvataanko siinä vain itse tapahtumaa. Aikapulan vuoksi päädyttiin kuvaamaan tapahtumaa ja sen eri vaiheita. Videon tavoitteena oli saada näkyvyyttä tapahtuman jälkeen, lisätä Naisten Pankin ja Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman tunnettuutta sekä saada siitä tulevien vuosien tapahtumien markkinointiin soveltuva.

Ansa Production kuvasi videomateriaalin tapahtumassa, jonka jälkeen he kävivät materiaalin läpi ja tekivät siitä aiheeseen sopivan videon. Videoon lisättiin myös tunteisiin vetoava musiikki. Tämän jälkeen projektipäälliköiden, Nina Ölanderin ja Sami Kukkosen, tehtävänä oli suunnitella valmiiseen videoon puherepliikit ja lisäksi siitä tuli tarkistaa, että logot ja tekstit ovat sopivat ja oikeissa kohdissa sekä oikeassa muodossa. Repliikkien ollessa valmiit, oli aika testata kenen ääni soveltuisi parhaiten videon tunnelmaan. Päädyttiin siihen tulokseen, että Ansa Productionin Sami Suppolan ääni olisi sopivin.

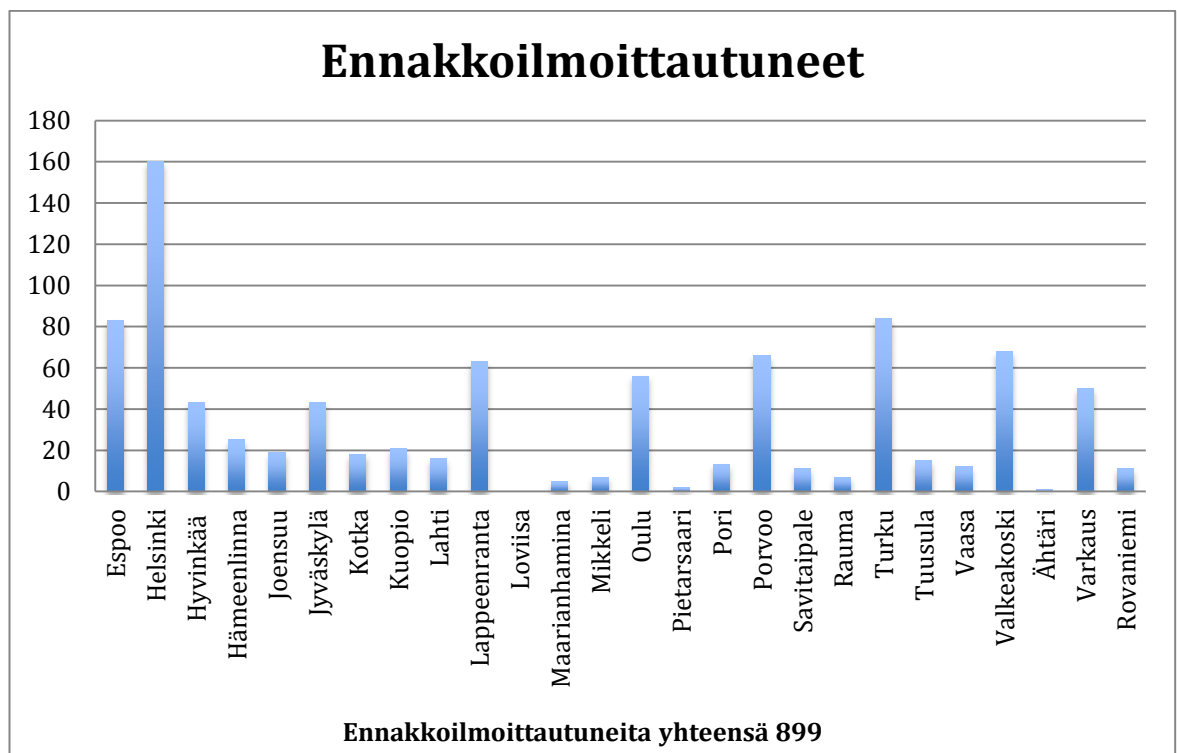
Videoon tehtiin puheen äänityksen yhteydessäkin vielä muutamia korjauksia. Valmis video annettiin vielä ennen julkistamista Naisten Pankin sisäiseen viestintään tarkoitetulle Facebook -sivulle kommentoitavaksi ja Naisten Pankin yhteyshenkilölle hyväksyttäväksi. Videon julkaisun suhteen tuli vastaan pieniä ongelmia, koska se julkaistiin vahingossa liian aikaisin. Lopulta täysin valmis video saatiin julkaistua Ansa Productionin kotisivuilla sekä Youtubessa 3.10.2014, jonka jälkeen videon linkkiä pystyttiin jakamaan sosiaalisessa mediassa ja kertomaan siitä Naisten Pankin kotisivuilla. Videon internetlinkki löytyy liitteestä 36. Liitteessä 37 on Ansa Productionin ja Naisten Pankin välillä solmittu sponsorisopimus.

6.2 Osallistujien määrä

Tapahtumaan osallistui kaiken kaikkiaan noin 90 henkilöä. Tarkkaa määrää on vaikea sanoa, sillä kaikki osallistujat eivät ilmoittautuneet ennakoon internetissä olleella lomak-

keella ja osallistujien tarkan määrän laskeminen tapahtumassa oli vaikeata, kun ihmiset liikkuvat laajalla alueella. Ennakkoilmoittautuneita oli 52 henkilöä, mikä oli mukava määrä. Kaksikymmentä yritystä oli mukana sponsoroimassa tapahtumaa, mutta LähiTapiola oli ainoa yritys, joka lähti tapahtumaan mukaan työntekijöiden voimin. LähiTapiolasta tuli kahdeksan kävelijää eli yritys maksoi kahdeksalle kehitysmaan naiselle ammatin.

Osallistujamäärään oltiin tyytyväisiä, sillä tapahtuma järjestettiin Porvoossa ensimmäistä kertaa suunnitellusti ja markkinointiin panostaen. Siihen nähden osallistujamäärään voitiin olla tyytyväisiä. Tarkoituksena oli kuitenkin saada myös yrityksiä mukaan kävelemään eikä vain sponsoroimaan, joten yhden yrityksen mukanaoloon itse tapahtumassa ei voitu olla tyytyväisiä. Ensi vuonna markkinointia tulisi miettiä, siten että myös yritykset lähtisivät mukaan kävelemään. Mitä suurempi joukko kaupungilla on kävelemässä, sitä enemmän tapahtuma saa näkyvyyttä.



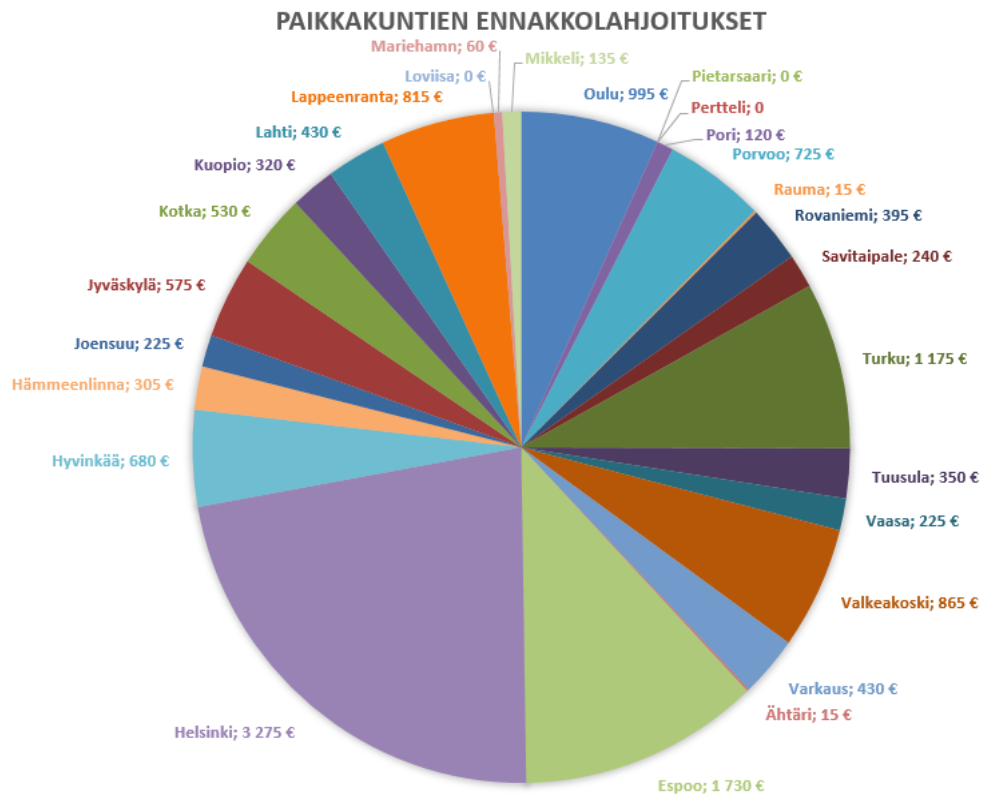
Kuvio 5. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman ennakkoilmoittautumiset. (Naisten Pankki 2014c.)

Osallistujien lukumäärä oli yksi tapahtuman onnistumisen mittaamisessa käytetty mittari. Tämän mittarin avulla pystyttiin arvioimaan markkinoinnin onnistumista ja vaikuttavuutta sekä aiheen kiinnostavuutta ihmisissä. Naisten Pankki jakoi tilastotietoa ennakkoilmoittautuneiden määrästä ja sen avulla pystyttiin tekemään myös pientä vertailua kaupunkien välillä. Ennakkoilmoittautuneiden määrä Porvoossa oli viidenneksi korkein, jolloin voidaan todeta, että markkinointi oli muihin kaupunkeihin verrattuna onnistunut kiitettävästi.

6.3 Lahjoitusten määrät ja kohteet

Lahjoitusten kokonaissummaa käytettiin Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman yhtenä mittarina, jolla voitiin arvioida päästiinkö tapahtuman toiseen tavoitteeseen. Jokaisella paikallisryhmällä oli erilainen ohjelma tapahtumassa ja joillakin paikkakunnilla järjestettiin myös myyjäisiä. Tämän vuoksi oli vaikeata verrata paikallisryhmien tuloksia keskenään, kun osassa tapahtumia oli vain lahjoituksien keräämistä, kun taas osassa oli monenlaisia myyjäisiä.

Valtakunnallisesti tapahtuman tuotto ylsi yli 60 000 euroon, jolla saatiin yli 1990 ammattia kehitysmaiden naisille. Tavoitteena oli kerätä 2100 ammattia eli 63 000 euroa, josta jäätin hieman. (Naisten Pankki 2014a, 2.)



Kuvio 6. Ennakkolahjoitusten jakautuminen kaupungeittain. (Flygare 22.10.2014.)

Kuvion 6 mukaisesti Porvoo oli kaupungeja vertailtaessa saanut seitsemänneksi eniten ennakkolahjoituksia. Tähän tulokseen voitiin olla tyytyväisiä. Moni kaupunki oli saanut paljon vähemmän lahjoituksia ennakkoon ja mikäli lahjoituksia ei saatu tapahtumassakaan kerättyä paljon, niin tulos jäi alhaisemmaksi.

Kuten taulukosta 5 voidaan nähdä Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumassa kerättiin Naisten Pankille yhteensä 1 892,45 euroa. Yksityishenkilöt lahjoittivat rahaa 1 652,45 euroa ja yritykset eli LähiTapiola, lahjoitti yhteensä 240,00 euroa. Tapahtuman ennakkoilmoittautumisen yhteydessä osallistujilla oli mahdollisuus tehdä haluamansa suuruinen lahjoitus. Näitä lahjoituksia saatiin yhteensä 725,00 euroa. Tämän lisäksi lahjoituksia kerättiin itse tapahtumassa kolmeen rahalippaaseen. Lippaisiin lahjoituksia kertyi yhteensä 927,45 euroa.

Taulukko 5. Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman lahjoitusmäärät.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman lahjoitusmäärät	
Tapahtuma	927,45 €
Ennakkolahjoitukset	725 €
Yrityslahjoitukset	240 €
Yhteensä	1 892,45 €

Tapahtuman avulla saaduilla lahjoituksilla Naisten Pankki mahdollistaa 52 naiselle ammatin, yhdelle yrittäjyyskoulutuksen, kolmelle pienlainan ja neljän naisen lapset saavat päivähoitoa. Ennakkolahjoittaja sai itse määritellä mihin hänen lahjoitussummansa ohjataan. Lahjoittaessaan summan, jolla sai pienlainan, yrittäjyyskoulutuksen tai päivähoitoa ohjattiin raha niihin kohteisiin. Lahjoittajan antaessa minkä tahansa muun summan ohjattiin rahat ammatin hankkimiseen. Paikan päällä lahjoittanut tai yrityslahjoituksen antanut ei voinut määritellä lahjoitusvarojen kohdentamista. Lahjoitusten lopullista kohdetta tai esimerkiksi kohdemaata ei kuitenkaan pystytäkään kertomaan lahjoittajille.

7 Johtopäätökset

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma järjestettiin vuonna 2014 ensimmäistä kertaa. Tapahtumalle saatiin luotua toimiva konsepti, jota seuraavat tapahtuman järjestäjät voivat halutessaan käyttää hyväksi joko sellaisenaan tai edelleen kehittää sitä. Projektin voidaan sanoa onnistuneen kokonaisuutena hyvin. Onnistumisten lisäksi, varsinkin tapahtumaprosessin suunnittelu- ja toteutusvaiheissa olisi paljon kehitettävää.

Tapahtuman ensimmäisenä tavoitteena oli kerätä 3 000 euroa lahjoituksina ja saada mukaan 100 kävelijää. Tapahtumassa kerättiin rahaa yhteensä 1892,45 euroa, joten rahallisesta tavoitteesta jäätiin selvästi. Toimeksiantajan edustajan, Helena Vennosen antaman palautteen mukaan tavoite oli korkea ja hän oli tyytyväinen summaan, joka tapahtumalla saavutettiin. Kävelijätavoitteesta jäätiin suhteessa hieman vähemmän, sillä paikalla arvioitiin olleen noin 90 kävelijää. Ottaen huomioon myös sen, että jokainen lahjoittaja ei osallistunut tapahtumaan, voidaan sanoa, että 30 euron lahjoitussumma oli keskimäärin liian suuri yhden henkilön maksettavaksi.

Toisena tavoitteena oli Naisten Pankin tunnettuuden parantaminen porvoolaisten keskuudessa. Projektipäälliköiden omien havaintojen perusteella puhetta tapahtumasta ja Naisten Pankista oli niin ennen tapahtumaa kuin sen jälkeenkin. Naisten Pankin olemassaolo oli tullut ihmisten tietoon radion, Facebookin, lehtien sekä muiden mainosten avulla. Erittain moni sanoi jälkeensä kuulleen Naisten Pankista ja Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta vasta nyt ensimmäistä kertaa. Ongelmana kuitenkin oli, että vaikka moni olikin kuullut tapahtumasta, ei suurin osa heistä kuitenkaan saapunut tapahtumaan. Osa vain tyytyi jälkeensä toteamaan ”teitte hyvää työtä, kun järjestitte tuollaisen hyväntekeväisyystapahtuman” tai jotain muuta vastaavaa. Kuulopuheiden perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että tapahtumamainonta oli vähintään melko onnistunutta, koska monet olivat kuulleet tapahtumasta.

Syitä, miksi tapahtumaan ei osallistunut enempää ihmisiä ja tavoitteita ei saavutettu, voi olla hyvinkin paljon. Tapahtumapäivän sää oli erinomainen, joten osa saattoi lähteä vielä viimeistä kertaa mökille. Toisia saattoi vaivata SWOT -analyysissäkin esiin tuotu porvoolainen, passiivinen asenne osallistua erilaisiin tempauksiin. Luottamuksen puute hyväntekeväisyyttä harjoittaviin järjestöihin ja sitä kautta syntynyt haluttomuus lahjoittaa saattoi myös vaikuttaa osallistujamääriin. Muita syitä voivat olla esimerkiksi, että yksin ei kehdattu lähteä tapahtumaan, tapahtuma ei ollut sisällöltään riittävän kiinnostava tai joku muu tapahtuma tai aktiviteetti koettiin tapahtumapäivänä kiinnostavammaksi.

Kehitysmaiden naisten asiat vetoavat ihmisten tunteisiin, mutta Kävele Naiselle Ammatti - tapahtumassa se ei kuitenkaan tuonut huimaa määrää osallistujia. Kuten aiemmin pohdittiin, kilpailu hyväntekeväisyysjärjestöjen välillä on kovaa ja se huomattiin muun muassa sponsorihankinnassa. Monen yksityishenkilönkin voidaan olettaa jättäneen tämän tapahtuman väliin, koska he olivat jo lahjoittaneet muualle. On hyvin todennäköistä, että moni lahjoitti rahaa kehitysmaiden naisten sijasta johonkin itselle tärkeämpään kohteeseen, kuten uudelle lastensairaallalle. Tämän hetkinen keuhko taloustilanne saattoi osaltaan vaikuttaa osallistujamäärään ja lahjoitusten suuruuteen. Moni yritys on vähentänyt sponsorointinsa määrää ja ihmiset karsivat yleensä ensimmäisenä tällaisista menoista, jos rahasta on pulaa. Tunteisiin vetoava aihe ei siis aina takaa suurta osallistujamäärää, eikä siihen tule luottaa liikaa.

Tapahtuman toimeksiantajan edustajan Helena Vennosen vanhasta kontaktilistasta oli valtavasti apua järjestäjille. Helena Vennonen osasi antaa sopivien ihmisten nimiä, kun tehtäviin etsittiin henkilöitä. Näin ollen järjestäjillä ei mennyt liikaa aikaa ihmisten etsimiseen vaan voitiin suoraan ottaa yhteyttä ja kysyä löytyisikö tapahtuman tukemiseen kiinnostusta. Tapahtumaan saatiin myös osallistujia Helenan kontakteista. Tapahtuman järjestäjien omien kontaktienkin hyödyntäminen auttoi tapahtuman järjestelyissä ja toteutuksessa suuresti.

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma oli valtakunnallinen ja järjestettiin yhteensä 27 paikkakunnalla. Naisten Pankki markkinoi tapahtumaa valtakunnallisesti ja kaupungit markkinoivat omiaan kaupunkikohtaisesti. On vaikeaa arvioida kuinka paljon valtakunnallinen mainonta toi lisäarvoa Porvoon tapahtumalle, mutta se lisäsi varmasti Naisten Pankin ja tapahtuman yleistä tunnettua ja sitä kautta myös Naisten Pankki Porvoo hyötyi. Yhteistyötä kaupunkien välillä tehtiin siten, että ideoita ja kokemuksia jaettiin sisäiseen viestintään tarkoitetulla Facebook -sivulla. Tästä oli apua kokemattomille järjestäjille, kun Facebook -sivulta pystyttiin keräämään Porvoon tapahtumaan sopivia ideoita.

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma oli jo entuudestaan valmis konsepti, joten sitä oli helppo lähteä työstämään. Naisten Pankilla oli jo valmiiksi tietynlainen ohjenuora siitä, mitä tapahtuman tulisi sisältää. Järjestäjille jäi suunniteltavaksi mitä ennen kävelyä ja sen jälkeen tapahtuu sekä mahdollisesti sen aikana. Tapahtumasta olisi kehittynyt luultavasti melko erilainen, jos ei olisi annettu minkäänlaisia rajoja tapahtumalle. Valmis konsepti säästää järjestäjiltä myös aikaa. Valmista konseptia voitaisiin hyödyntää enemmänkin ja tehdä kaupunkien tapahtumista enemmän samanlaisia. Näin joka kaupungissa ihmiset saisivat yhtenäisen kuvan Naisten Pankista ja Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta.

Yhtenäisyys tapahtumissa voisi parantaa Naisten Pankin tunnettuutta ja organisaation brändi vahvistuisi.

Pienenkin tapahtuman järjestäminen vaatii paljon työtä. Tämän tapahtuman järjestäjien kokemattomuuden vuoksi järjestelyt vaativat hieman lisätyötä ja jotkin asiat opittiin kanta-pään kautta. Työn määrää lisäsi omalta osaltaan tapahtuman nollabudjetti, joka tarkoitti järjestäjille sitä, että sponsoreita ja yhteistyökumppaneita tarvittiin paljon enemmän. Suuren sponsorimäärän haaliminen kasaan vei aikaa ja huomiota muun muassa markkinoinnista.

Sponsoriehdokkaiden reaktiot ja suhtautuminen sponsoripyyntöön olivat melko erilaisia. Osa yrityksistä vastasi heti lähtevänsä mukaan, kun taas toiset tarvitsivat hieman enemmän aikaa pohtia asiaa. Osa yrityksistä puolestaan vastasi suoraan, etteivät anna rahaa eikä heillä ole annettavana mitään tapahtumaa hyödyttäviä tuotteita tai palveluita. Joistakin yrityksistä jäi sellainen mielikuva, että he saavat paljon sponsorikyselyitä ja ovat jopa kyllästyneitä niihin. Yritykset, joihin lähetettiin ainoastaan sähköpostilla kysely, eivät useimmiten vastanneet ollenkaan, mikä jätti järjestäjiin negatiivisen kuvan. LähiTapiola, joka oli yksi sponsoreista, kiinnostui aiheesta niinkin paljon, että järjestäjät saivat mennä paikanpäälle pitämään esityksen työntekijöille Naisten pankista ja tapahtumasta. Sponsorihankinnan aikana huomattiin, että suora yhteydenotto puhelimitse oli tehokkaampi lähestymistapa kuin esimerkiksi ainoastaan sähköpostin lähettäminen. Henkilökohtainen vierailu toimii hyvin paikallisissa yrityksissä, mutta suuremmissa ketjuissa yhteydenotto tulee usein tehdä pääkonttorin kautta. Monilla yrityksillä oli omat linjauksensa, minkälaisiin hankkeisiin he lähtevät mukaan, minkä vuoksi paikallisesti ei välttämättä voitu tehdä sponsorointipäätöksiä.

7.1 Onnistumisia

Tapahtumapäivän aikataulutuksessa onnistuttiin hyvin. Suunnitteluvaiheessa tehtiin aikataulusuunnitelma tapahtuman kulusta sekä suunnitelma siitä, milloin, missä ja mitä kukin työntekijä on tekemässä tapahtumapäivänä. Aikataulussa pysyttiin lähestulkoon moitteettomasti. Esiintyjät pysyivät melko hyvin heille annetussa ajassa ja näin ollen kävelemään lähdettiin vain muutama minuutti aikataulusta jäljessä. Kävelyn kesto riippuikin paljolti siitä kuinka kova vauhti osallistujilla oli. Näin pieni aikataulun venyminen ei näyttänyt haittaavan ketään.

Tapahtumalle saatiin lopulta sopiva määrä sponsoreita, vaikka aluksi näyttikin siltä, etteivät yritykset lähde tapahtumaan kovin helposti mukaan. Sponsorihankinta vaati paljon

aikaa ja työtä, mutta tapahtuman onnistumisen kannalta kaikkien sponsoreiden tuki oli kullan arvoista. Nollabudjetin tapahtumassa sponsoreiden rooli oli suuri ja se vei prosessin aikana helposti huomiota pois muista järjestelyistä, kuten mainonnasta. Uusia tapahtumia ajatellen voidaan toivoa, että tämänkertaiset sponsorit ja muut yhteistyökumppanit olisivat kiinnostuneita tulemaan mukaan myös ensi kerralla. Seuraavaa kertaa varten on ainakin hankittu monia uusia kontakteja, joita on mahdollista hyödyntää.

Ihmiset Porvoossa eivät olleet kovin tietoisia Naisten Pankista ja sen vuoksi vaadittiin enemmän työtä mainonnan ja viestinnän suhteen. Kävelyyn osallistujien ohella moni muukin sai kuulla Naisten Pankista ja tapahtumasta mainonta ja sponsorihankinta - ajankohtana. Naisten Pankkia tunnetaan tapahtuman jälkeen Porvoossa oletetusti siis laajemmin kuin mitä osanottajamäärät antavat ymmärtää.

Saadun palautteen perusteella voidaan luottaa siihen, että osallistujille jäi positiivinen mielikuva Naisten Pankista sekä tapahtumasta. Tämä auttaa seuraavilla kerroilla tapahtuman järjestäjiä, kun kenellekään ei ole jäänyt huonoa mieltä tapahtumasta eikä siten negatiivista kuvaa koko organisaatiosta. Palautetta saatiin niin Naisten Pankin jäseniltä, muilta henkilökuntaan kuuluvilta sekä osalta kävelijöistä. Osa palautteesta saatiin jo tapahtuman aikana ja osa vasta sen jälkeen Naisten Pankin suorittaman kyselyn avulla.

7.2 Kehitettävää

Naisten Pankin voimaa tulisi käyttää paremmin. Tällä tarkoitetaan sitä, että muun muassa yhteistyö Loviisan kanssa voisi olla entistäkin aktiivisempaa. Kahden paikkakunnan paikallisryhmällä on yhdessä enemmän vaikutusvaltaa kuin yhdellä. Etenkin muiden paikkakuntien järjestäjien ammattitaito oman elämänsä kautta sekä kokemus Naisten Pankin tapahtumien järjestämisestä, tulisi ottaa käyttöön ja tieto-taitoa tulisi jakaa aktiivisemmin.

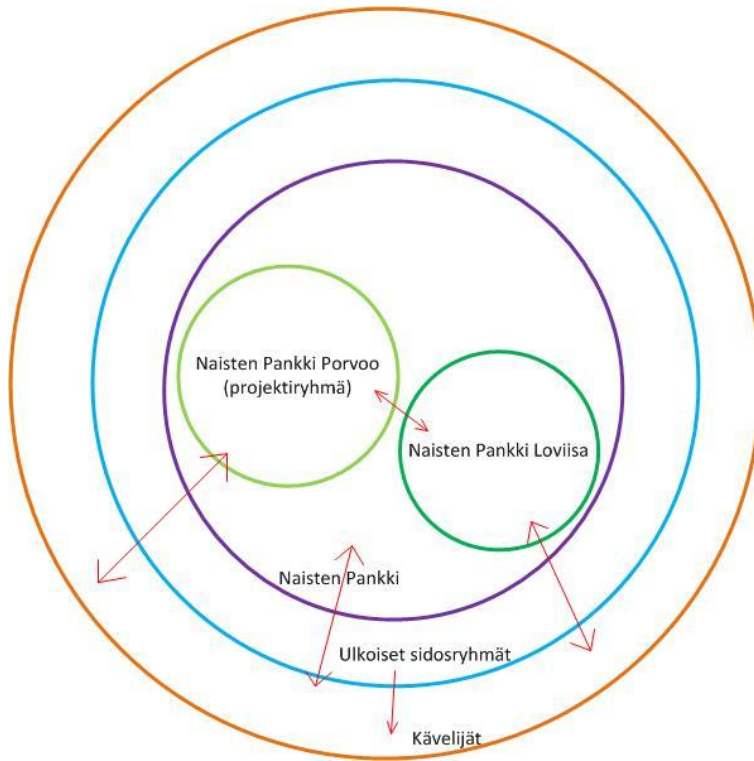
Tapahtuman järjestelyt aloitettiin huhtikuussa hyvissä ajoin, mutta monet järjestelyihin liittyvät asiat ja sponsorien hankinta vaikeutuivat huomattavasti, kun yrityksissä aloitettiin kesälomat. Ensi kertaa ajatellen sponsoreihin olisi hyvä olla yhteydessä jo hyvissä ajoin ennen juhannusta, jotta sponsorointi ja yhteistyökumppanuuksia voitaisiin lyödä lukkoon ennen kesän hiljaisempaa aikaa. Tämä helpottaisi paljon muitakin järjestelyitä, eikä syksyllä tulisi niin kiire kaikkien materiaalien varmistamisessa.

Yksi suurimmista heikkouksista tapahtumassa oli Naisten Pankki Porvoon passiivisuus suunnitteluvaiheessa. Tapahtuman suunnitteluvaiheeseen ei osallistunut kuin toimeksiantaja Helena Vennonen ja tapahtumapäivälle saatiin mukaan viisi Naisten Pankki Porvoon jäsentä. Henkilökunnan määrään vaikuttaa pidetäänkö tapahtumassa kahvitarjoilut, myy-

jäisiä tai muuta työntekijöitä vaativia ohjelmia. Ilman järjestäjien omia taustajoukkoja tapahtuman toteutuksessa olisi ollut suuria puutteita, koska tapahtumakonsepti oli melko suuri. Mikäli ensi kerralla halutaan saman verran oheisohjelmaa, niin Naisten Pankkilaisien tulisi aktivoitua, ettei järjestäjien tarvitsisi turvautua omiin sukulaisiin ynnä muihin apulaisiin.

Seuraavaa tapahtumaa ajatellen tulisi suunnitteluvaiheessa ottaa huomioon ihmisten kävelynopeus. Tapahtumassa osa osallistujista käveli todella reippaasti ja jopa juoksi, kun taas osa kävelijöistä oli huonompikuntoisia. Osa siis tuli tapahtumaan myös liikunnan vuoksi eikä ainoastaan hyvän asian puolesta. Olisi kuitenkin ollut mukavaa ja toivottavaa, että kaikki osallistujat olisivat voineet seurata Naisten Pankin edustajaa koko matkan ajan. Tämä ei oikeastaan ollut epäonnistuminen, mutta asia, joka on otettava huomioon ensi kerralla. Reittivalinta ja sen kunnollinen kyltitys auttoivat tässä huomattavan paljon. Turvallisuus pysyi yllä – kiitos liikenteen kuulumattomuuden reitille. Hienoa oli kuitenkin huomata, että reittivalinnassa ja sen kyltityksessä oli onnistuttu todella hyvin.

Naisten Pankilta järjestäjät toivovat tehokkaampaa sisäistä viestintää. Yhteinen markkintiaikataulu ja ilmoitukset etukäteen siitä, milloin yhteiset materiaalit ovat valmiina käyttöön, voisivat auttaa järjestäjiä eri paikallisryhmissä. Porvoon tapahtumassa kävi niin, että esimerkiksi lehdistötiedotteet ehdittiin jo tehdä itse, kun jälkikäteen huomattiin tai kuultiin, että materiaalipankkiin oli ilmestynyt valmis pohja. Materiaalipankki sinänsä on toimiva, mutta sen seuraaminen nykyisessä muodossaan ei ole mahdollista niin, että sieltä näkisi aina uusimmat sinne lisätyt tiedostot. Tämänkin vuoksi sisäisen viestinnän merkitys on suuri.



Kuvio 7. Sidosryhmien välinen viestintä.

Projektin aikana viestintää käytiin eri sidosryhmien välillä, kuten kuviossa 7 on esitetty. Viestintä projektiryhmän eli Helena Vennosen, Sami Kukkonen ja Nina Ölanderin välillä oli todella tiivistä ja yhteistyö oli lähes poikkeuksetta toimivaa. Paikallisryhmien viestintä Naisten Pankin kanssa oli tällaisessa tapahtumassa tärkeää, kun oltiin toteuttamassa sama tapahtuma monella eri paikkakunnalla. Naisten Pankki on päättävä elin organisaatiossa, joten viestinnän sen kanssa tulisi olla mutkatonta. Tämän projektin aikana valtakunnalliselta projektiryhmältä olisi toivottu tehokkaampaa ja avoimempaa viestintää ja yhteistyötä. Sisäisen viestinnän ollessa kunnossa haluttu viesti menee perille myös ulkoisille sidosryhmille ja aivan lopuksi tapahtumaan osallistuville kävelijöille. Naisten Pankilla on siis vielä kehitettävää sisäisessä viestinnässä.

Yksi kehityksen kohde on julistemainonta. Julistemainonta olisi pitänyt aloittaa aikaisemmin. Nyt julisteet vietiin esille ympäri Porvoota vasta 4.9.2014 eli vain 10 päivää ennen tapahtumaa. Julisteet olisi ollut hyvä saada esille viimeistään kuukautta ennen tapahtumapäivää. Tällöin tapahtuma olisi saanut kauemmin näkyvyyttä.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumasta voitaisiin tehdä vieläkin onnistuneempi, mikäli vapaaehtoiset saataisiin sitoutumaan toimintaan paremmin. Sitoutuneet vapaaehtoiset voisivat olla mukana jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa, jolloin saataisiin enemmän erilaisia näkökulmia ja ideoita toteutukseen. Lisäksi eri työvaiheiden aikataulutus paremmin etukäteen auttaisi projektin etenemistä. Tämän lisäksi viestintä ulkoisille sidos-

ryhmille tulisi saada tehokkaammaksi, jotta mukaan saataisiin enemmän sponsoreita ja lahjoittajia.

Yrityksiä saatiin kävelylle mukaan vain yksi. Tämä oli suuri pettymys, sillä toiveena oli, että porvoolaiset yritykset tulisivat työntekijöidensä voimin mukaan tapahtumaan kävelemään. Vaikka kaikille sponsoreille kerrottiin, että he olivat tervetulleita sponsoroinnin lisäksi tulemaan paikan päälle kävelemään, eivät he innostuneet ajatuksesta. Mikäli yrityksistä olisi tullut enemmän kävelijöitä, olisi tapahtuma voinut saada suurempaa näkyvyyttä muun muassa yrityksien sisällä. Samalla seuraavien tapahtumien sponsorihankinnassa olisi ollut helppo näyttää kuvista, minkälaista näkyvyyttä edellisvuoden sponsorit itselleen saivat.

Jatkossa, kun tämänkaltaisia tapahtumia järjestetään, tulisi äänentoisto ja tekniikka olla paremmin järjestäjien hallussa. Lisäksi esiintyjiltä tulisi kysyä etukäteen, minkälaisia teknisiä vaatimuksia heillä on. Nyt vasta tapahtumapäivänä selvinnyt kahden mikrofonin tarve ja suunnitelma sille, miten mikrofoni luovutetaan esiintyjältä toiselle, oli potentiaalinen riskitekijä tapahtuman esitysten ja sitä kautta tapahtuman tunnelman onnistumiselle.

Suojelijan tapahtumalle tuoma arvovalta on yleensä asia, joka kannattaisi hyödyntää. Seuraavalla kerralla tapahtumalle olisikin hyvä saada suojelija. Yhteiskunnallisesti tai paikallisesti merkittävän henkilön saaminen suojelijaksi voisi auttaa tapahtuman järjestäjiä muun muassa markkinoinnissa ja sponsorihankinnassa. Tällä kertaa suojelijan hankinnassa herättiin vasta juhannuksen jälkeen, mikä oli vähän liian myöhään, vaikka sellainen olisikin saatu.

7.3 Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman vertailu muiden paikkakuntien tapahtumien kanssa

Vaikka kyseessä oli valtakunnallinen tapahtuma, niin tapahtumat eri paikkakunnilla olivat jokseenkin erilaisia. Jokainen paikallisryhmä sai suunnitella ja toteuttaa omanlaisensa ohjelman ja tämän vuoksi paikkakunnittain tapahtumissa oli suuriakin eroavaisuuksia. Joissain tapahtumissa oli esimerkiksi alkuverryttelyä ja runonlausuntaa, kun jossain muualla järjestettiin kävelyn ohelle myyjäiset tai arvonta. Lisäksi kävelyreittien pituudet vaihtelivat ja osa paikallisryhmistä päätti järjestää kaksi eripituista kävelyreittiä. Riippumatta tapahtumakonseptien eroavaisuuksista, oli kaikilla paikkakunnalla yhteinen päämäärä kerätä varoja Naisten Pankin toiminnan tukemiseksi.

Porvoon tapahtumassa oli melko paljon ohjelmaa. Ohjelmina oli etkot alkumusiikin kera, arvonta, runonlausunta, juhlapuhe, alkuverryttely sekä pieni evästauko puolessa välissä kävelyreittiä. Joillakin paikkakunnilla järjestettiin vain alkuverryttely ja sitten lähdettiin kävelemään. Pidemmän ohjelman ansiosta saatettiin saada enemmän lahjoituksia ja ehkä ihmisiä saatiin houkuteltua enemmän paikalle kiinnostavan ohjelman avulla. Tapahtumasta saatiin myös mieleenpainuvampi ja houkuttelevampi myös sellaiselle henkilölle, jota lahjoittaminen ei kiinnosta. Joku saattaa vaikka innostua tulemaan mukaan järjestämään seuraavaa tapahtumaa.

7.4 Ehdotuksia seuraavalle Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäjälle

Vuoden 2014 Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman opinnäytetyössä keskityttiin tapahtumaprosessiin ja uuden jokavuotisen tapahtuman luomiseen Porvooseen. Näin ollen järjestäjät keskittyivät lähtökohtaisesti jokaiseen tapahtuman osaan yhtä paljon.

Seuraavaa tapahtumaa varten opinnäytetyöntekijä voisi pohtia tarkemmin nonprofit -organisaation markkinointia. Vuoden 2014 Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman markkinointi jäi hieman taka-alalle muun muassa sponsori-hankinnan vuoksi. Mikäli tapahtuman markkinointiin panostettaisiin enemmän, voitaisiin tapahtumaan saada mukaan enemmän kävelijöitä, niin yrityksistä kuin yksityishenkilöitä, ja sitä kautta enemmän näkyvyyttä ja lahjoituksia.

Vaihtoehtoisesti markkinointinäkökulman sijaan opinnäytetyössä voitaisiin keskittyä sponsorointiin ja yrityksiin. Opinnäytetyössä voitaisiin pohtia miten yritykset saadaan haaste kampanjaan paremmin mukaan. Vuonna 2014 yksikään yritys ei lähtenyt mukaan haaste kampanjaan, siten että ne olisivat haastaneet mukaan esimerkiksi omia sidosryhmiään tai jopa kilpailijoitaan.

Kolmas näkökulma tapahtuman järjestämisessä voisi olla vapaaehtoistyöntekijöiden aktivoiminen ja motivointi. Tämä voisi olla hyödyllinen aihe, koska Naisten Pankki Porvoon jäsenet ovat hieman passiivisia ja heitä on ollut tähän mennessä vaikea saada aktiivisesti osallistumaan toimintaan.

Vaihtoehtona voisi olla myös Naisten Pankin tapahtumaoppaan tekeminen. Opas voisi sisältää Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestämisen ohjeet vaihe vaiheelta. Tällainen opas helpottaisi kaikkien paikallisryhmien työtä ja lyhentäisi kokonaisuuteen käytettävää työaika, sillä jokaisen paikkakunnan ei tarvitsisi selvittää samoja asioita erikseen.

Tapahtumaopas helpottaisi myös mahdollista sukupolvenvaihdosta paikallisryhmissä, sillä uudet henkilöt eivät joutuisi opettelemaan kaikkea kantapään kautta itse, vaan he pääsisivät ainakin osittain valmiiseen pöytään. Mikäli jokaisen ei tarvitsisi huolehtia niin paljon, että onko kaikki nyt varmasti järjestetty oikein, voisi lisääntynyt aika synnyttää aivan uudenlaisten ideoidenkin syntyä, kun ajattelulle olisi enemmän aikaa.

7.5 Yhteenveto ja oman työn arviointi

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman järjestäminen oli erittäin mielenkiintoinen ja opettavainen kokemus. Tapahtuman järjestäminen oli kokonaisuudessaan loistava, vaikkakin aina välillä vähän raskas kokemus. Projektin aikana omat teoreettiset sekä käytännön kokemukset ja taidot kehittyivät.

Tapahtuman järjestelyt aloitettiin hyvissä ajoin, vaikka ajoittaisen kiireen välttämiseksi, olisi järjestelyt voitu aloittaa vieläkin aikaisemmin. Ainakin opinnäytetyöprosessiin kuuluva teoriaan tutustuminen olisi pitänyt aloittaa aikaisemmin, jotta järjestäjät olisivat ehtineet tutustua tapahtumatuotannon teoriaan paremmin jo ennen tapahtuman järjestelyiden aloittamista. Tällä olisi voitu välttää muutamia ”sudenkuoppia” ja nopeuttaa koko järjestämisprosessia. Käytännössä tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista, sillä projektissa tuli alkaa suoraan tekemään asioita.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti 2014 -tapahtumaa suunniteltaessa olisi näkökulma tullut valita selkeästi jo aikaisessa vaiheessa. Rajatumpi aihe olisi helpottanut raportin kirjoittamista, sillä hyvin rajattuun aiheeseen on helpompi syventyä enemmän. Tällä kertaa näkökulma selveni vasta työtä tehdessä.

Nina Ölanderin työkokemus tapahtumatuotannon yrityksestä vahvistaa sitä näkemystä, että projekti sujui kiitettävästi. Ammattilaistenkin järjestämissä tapahtumissa tehdään virheitä, mutta tärkeintä on pitää ne piilossa tapahtuman osallistujilta. Tapahtuman järjestäminen oli kummallekin järjestäjälle uusi kokemus, mutta siitä huolimatta uusiin haasteisiin tartuttiin mielenkiinnolla. Mikäli vastaan tuli asia, josta ei ollut aikaisempaa tietotaitoa, järjestäjät ottivat asioista selvää ja opettelivat miten ne kuuluu tehdä.

Sami Kukkonen ja Nina Ölander eivät entuudestaan tunteneet Naisten Pankkia, joten projekti aloitettiin siihen tutustumalla. Tämä ei ole optimitilanne tämänkaltaista tapahtumaa järjestettäessä, mikäli mukana suunnitteluvaiheessa ei ole riittävää määrää organisaatioon kuuluvia henkilöitä. Ajoittainen tuen ja ideariihien mahdollisuus helpottaisi hyväntekeväisyystapahtuman järjestämistä merkittävästi.

Projektin aikataulutusta olisi voitu miettiä etukäteen tarkemmin. Eri työvaiheille olisi pitänyt asettaa välitavoitteita, jotta projekti olisi edennyt paremmin. Nyt jotkin tehtävät jäivät viime tippaan ja se saattoi aiheuttaa turhaa kiirettä asioiden järjestelyissä. Tapahtumapäivä oli kuitenkin aikataulutettu hyvin ja myös jälkimarkkinointi hoidettiin mallikkaasti heti seuraavana päivänä. Jälkimarkkinoinnin tehokkaasta hoitamisesta tuli jopa positiivista palautetta niin sponsoreilta, esiintyjiltä kuin henkilökunnaltakin. Eräs takaisin saatu kommentti oli ”teille myös kiitos ja erityisesti tästä jälkiviestinnästä. Se kun monesti unohtuu.”

Lähteet

Aisler, M. After The Event To-Do List. Luettavissa:

<http://www.active.com/running/articles/after-the-event-to-do-list-883581>. Luettu: 16.12.2014.

Allen, J. 2009. Event Planning. Wiley. Luettavissa:

http://www.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=KiArFJcsu_kC&oi=fnd&pg=PR9&dq=event+planning+guide&ots=Npuc2fWnxH&sig=6uHCv65mzzwpD_6k7gh1ZnBKzaA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Luettu: 26.1.2015

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012. Events Management, an introduction. Routledge. Abingdon.

Bowdin, G., Allen, J., Harris, R. & McDonnell, I. 2010. Events management. 3. painos. Elsevier Butterworth-Heinemann. Oxford.

Conway, D. 2006. The Event Manager`s Bible. 2.painos. How To Books Ltd.Oxford

Entrepreneur. Target Market. Luettavissa:

<http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/target-market>. Luettu: 12.3.2015.

Finlex. 2014. Rahankeräyslaki. Luettavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060255>. Luettu: 25.29.2014.

Flygare, S. 22.10.2014. Markkinointiassistentti. Naisten Pankki. Sähköposti.

Gordon, K. 2007. 4 Keys To Radio Advertising. Luettavissa:

<http://www.entrepreneur.com/article/177002>. Luettu: 29.4.2014.

Hollanti, J. & Koski, J. 2007. Visio - Markkinoinnin soveltaminen liiketoiminnassa. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Iso-Aho, J & Kinnunen, J. 2011. Tapahtumatuotannon palapeli. Luettavissa:

http://www.humak.fi/sites/default/files/liitteet/humak-tapahtumatuotannon_palapeli.pdf. Luettu: 16.12.2014.

Kansalaisfoorumi. Tapahtuman tiedotussuunnitelman laatiminen. Luettavissa: <http://www.kansalaisfoorumi.fi/images/kansalaisfoorumi/tapahtuman%20tuottaminen/tyokalu2.2.3.doc>. Luettu: 16.12.2014.

Kauhanen, J. & Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. WSOY. Vantaa.

Kotler, P. 2005. Marketing management. Pearson Prentice Hall.

Leoisaac. The Event Budget. Luettavissa: <http://www.leoisaac.com/evt/top545.htm>. Luettu: 16.12.2014.

Leonardo UK National Agency. 2006. Event Management: Tips and Guidance for Success. Luettavissa: <http://www.agence-erasmus.fr/docs/event-management-tips-and-guidance-for-success-leo-ecotec.pdf>. Luettu: 11.3.2015.

Marketo. Events Budgeting Worksheet. Luettavissa: <http://www.marketo.com/worksheets/events-budgeting-worksheet/>. Luettu: 16.12.2014.

Naisten Pankki. 2014a. Naisten Pankin katsaus 2/2014. Luettavissa: http://www.naistenpankki.fi/wp-content/uploads/2014/02/NP_osavuositkatsaus_2-2014_netiti2.pdf. Luettu: 2.2.2015.

Naisten Pankki. 2014b. NP käsikirja. Luettavissa: https://www.dropbox.com/sh/ergihn8wtgwb2z/AACdl2etg57nXEr4wnS_1FT1a/NP%20k%C3%A4sikirja%20%2805.12.2014%29.pdf?dl=0. Luettu: 6.3.2015.

Naisten Pankki. 2014c. KNA 2014 Vastuuhenkilöt. Sisäiseen viestintään tarkoitettu suljettu Facebook -ryhmä.

Naisten Pankki. 2015a. Naisten Pankki kerännyt jo lähes kahdeksan miljoonaa euroa. Luettavissa: <http://www.naistenpankki.fi/tiedotteet/naisten-pankki-kerannyt-jo-lahes-kahdeksan-miljoonaa-euroa/>. Luettu: 6.3.2015.

Naisten Pankki. 2015b. Usein kysytyt kysymykset. Luettavissa: <http://www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/faq/>. Luettu: 6.3.2015.

Pelin, R. 2009. Projektihallinnan käsikirja. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Poliisi. 2014a. Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Luettavissa:

<http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/D7D4F9B18EEEF6BDC2256BC3002E7F92?op=fulltext&docid=D7D4F9B18EEEF6BDC2256BC3002E7F92>. Luettu: 25.9.2014.

Poliisi. 2014b. Palveluhinnasto. Luettavissa:

<http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/www/palveluhinnasto>. Luettu: 25.9.2014.

Poliisi. 2014c. Rahankeräysluvut. Luettavissa:

<https://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/Pages/0A14F93E322B026BC22571DA002EBE85>. Luettu: 25.9.2014.

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T., 2013. Events management: principles & practice. 2. painos. SAGE. Los Angeles.

Rutherford Silvers, J. 2008. Risk management for meetings and events. Elsevier. Oxford.

Shaw, M. & Shaw, P. 8.6.2009. Asking for money is just one step in the process. FUNdraising Good Times! -blogi. Luettavissa:

<http://fundraisinggoodtimes.com/2009/06/08/fundraising-cycle/>: Luettu: 6.3.2015.

Streiff, E. 9.9.2011. The Dynamic Fundraising Process. Nonprofit Challenges -blogi. Luettavissa: <http://oculusdirect.com/blog/2011/09/09/the-dynamic-fundraising-process/>. Luettu: 6.3.2015.

Suomen Pienyrittäjien Mainostoimisto. 19.10.2011. Markkinoinnin suunnittelu – Osa 2:

Määritä mittarit ja tavoitteet, muista myös seuranta. Spym Blogi. Luettavissa:

<http://www.spym.fi/blogi/markkinoinnin-suunnittelu-osa-2-maarita-mittarit-ja-tavoitteet-muista-myos-seuranta/>. Luettu: 13.3.2015.

Suomen Riskienhallintayhdistys. 2013a. Riskienhallintaprosessi. Luettavissa:

<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=riskienhallintaprosessi>. Luettu: 3.3.2015.

Suomen Riskienhallintayhdistys. 2013b. Nelikenttäanalyysi - SWOT. Luettavissa:

<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>. Luettu: 3.3.2015.

Syrjälä, N. 2013. Sosiaalinen media yrityksen markkinoinnin muuttajana. Amk-opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu, Turku. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201305076855>. Luettu: 29.4.2014.

Tapahtumatoimisto Tampere Event Office. 2012. Luettavavissa: https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/tapahtumajarjestajan_opas.pdf. Luettu: 3.12.2014.

Tench, R. & Yeomans. 2009. Exploring Public Relations. Prentice Hall.

Teosto. Kaikki luvat ja hinnat. 2014. Luettavissa: <http://www.teosto.fi/kayttajat/kaikki-luvat-ja-hinnat/1464>. Luettu: 12.3.2015

Trissa, Kulttuurin kehittämiskeskus, Etelä-Pohjanmaan liitto. Tapahtumajärjestäjän opas. Luettavissa: http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto_tap.pdf. Luettu: 1.3.2015.

Valanko, E. 2009. Sponsorointi: Yhteistyökumppanuus strategisena voimana. Talentum Media Oy. Helsinki

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. 2014. Tietosanoma. Helsinki.

Vennonen, H. 14.4.2014. Paikallisryhmän vetäjä. Naisten Pankki. Haastattelu. Porvoo.

Vennonen, H. 8.3.2014. Paikallisryhmän vetäjä. Naisten Pankki. Sähköpostihaastattelu.

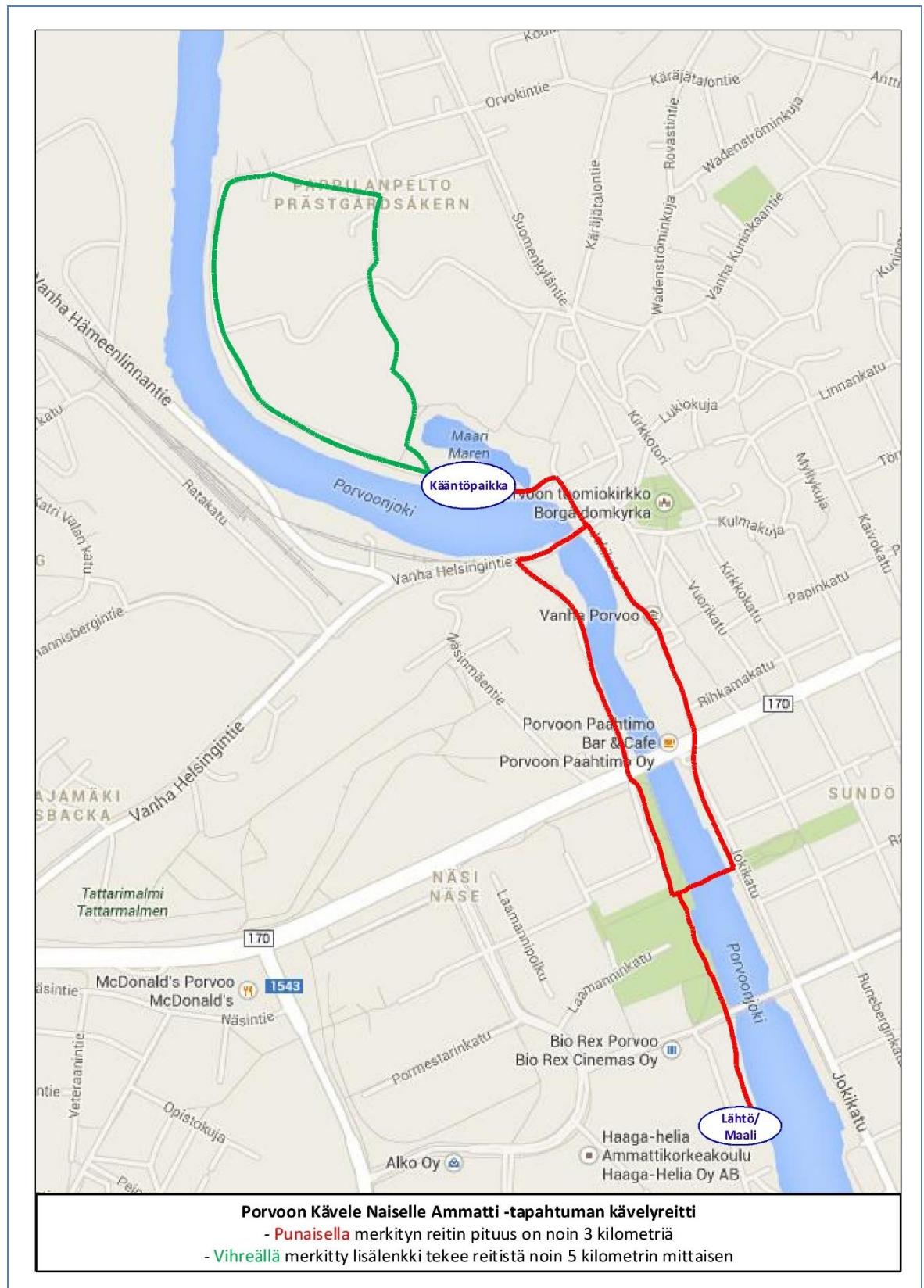
Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. 1.-2. painos. WSOYpro Oy. Helsinki.

Yhdistystoimijat. Viestintä. Luettavissa: http://www.yhdistystoimijat.fi/?page_id=112. Luettu: 12.3.2015.

Youth Employment Summit. Event Planning Handbook. Luettavissa: <http://www.yesweb.org/docs/YCN/handbook.pdf>. Luettu: 24.11.2014.

Liitteet

Liite 1. Porvoon Kävele Naiselle Ammatti 2014 -tapahtuman kävelyreitti.

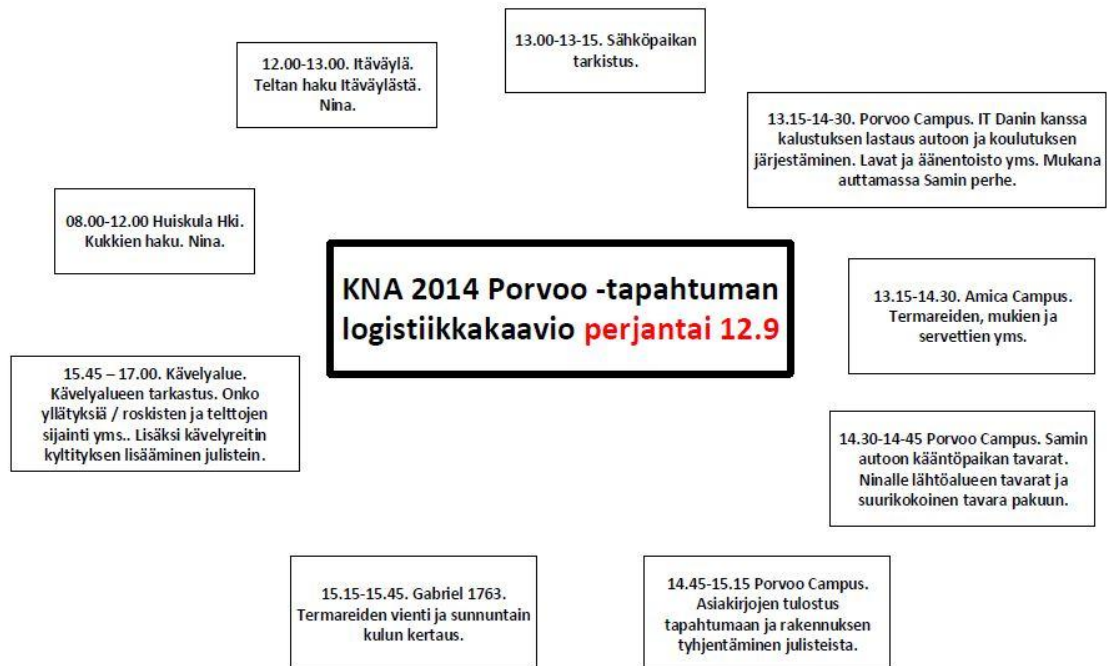


Liite 2. Budjetti.

Kulut	Kulujen kattamissuunnitelma
Tapahtuma	
Paikka	Porvoon Kaupunki
Sähköt	Porvoon Kaupunki
Kukat	Sponsorointi
Pöytäliinat	Vapaaehtoiset
Pöydät	Sponsorointi
Teltta	Sponsorointi, yksityishenkilöt
Äänentoisto	Sponsorointi
Lava	Sponsorointi
Tuolit	Vapaaehtoiset
Esiintyjät	Sponsorointi
Puhuja	Vapaaehtoiset
Tavaroiden kuljetus	Sponsorointi
Projektiryhmän paidat	Sponsorointi
Vapaaehtoisten paidat	Sponsorointi
Arvonnan lahjat	Sponsorointi
Parkkipaikka	Sponsorointi
Naisten Pankin jaettava pussi	Sponsorointi, Naisten Pankki
Markkinointi ja printtimateriaali	
Facebook	Projektiryhmä
Julisteet	Sponsorointi
Lehdet	Sponsorointi
Radio	Sponsorointi
Tiedotteet	Sponsorointi
Opasteviirit	Sponsorointi
Video	Sponsorointi
Muut	
Teosto	Sponsorointi
Luvat	Sponsorointi
Tarjoilu	
Leivonnaiset	Vapaaehtoiset
Kahvi, tee ja vesi	Sponsorointi
Termoskannut	Sponsorointi, vapaaehtoiset
Servetit ja kertakäyttöastiat	Sponsorointi
Henkilöstö	
Naisten Pankki Porvoon työntekijät	Vapaaehtoiset
Muut työntekijät	Vapaaehtoiset

Kulut	Kulujen kattaminen
Tapahtuma	
Paikka	Porvoon Kaupunki
Sähköt	Porvoon Kaupunki
Kukat	Huiskula
Pöytäliinat	Helena Vennonen
Pöydät	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Teltta	Itäväylä, Helena Vennonen
Äänentoisto	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Lava	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Tuolit	Helena Vennonen, Sami Kukkonen, Nina Ölander
Esiintyjät	Taidetehtaan Tanssikoulu, Anna Talvitie ja Sauli Lahtinen, Silja Metsola
Puhuja	Reija Sandelin
Tavaroiden kuljetus	Autokorjaamo Kukkonen Ari
Projektiryhmän paidat	Naisten Pankki
Vapaaehtoisten paidat	Itäväylä
Arvonnan lahjat	Suomalainen Kirjakauppa, Café Cabriole, Koulutettu Hieroja Minna Hyypiä, Gabriel 1763, Makulaku
Parkkipaikka	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Naisten Pankin jaettava pussi	Neste Oil, Naisten Pankki
Markkinointi ja printtimateriaali	
Facebook	Nina Ölander ja Sami Kukkonen
Julisteet	Porvoon Offsetpaino
Lehdet	Itäväylä
Radio	Radio Foni
Tiedotteet	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Opasteviirit	Porvoon Offsetpaino
Video	Ansa Production
Muut	
Teosto	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Luvat	Poliisi, Porvoon kaupunki
Tarjoilu	
Leivonnaiset	Helena Vennonen
Kahvi, tee ja vesi	Gabriel 1763, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Termoskannut	Amica Campus, Helena Vennonen, Nina Ölander
Servetit ja kertakäyttöastiat	Amica Campus
Henkilöstö	
Naisten Pankki Porvoon työntekijät	Vapaaehtoistyöntekijät
Muut työntekijät	Vapaaehtoistyöntekijät

Liite 3. Perjantain 12.9.2014 käsikirjoitus.



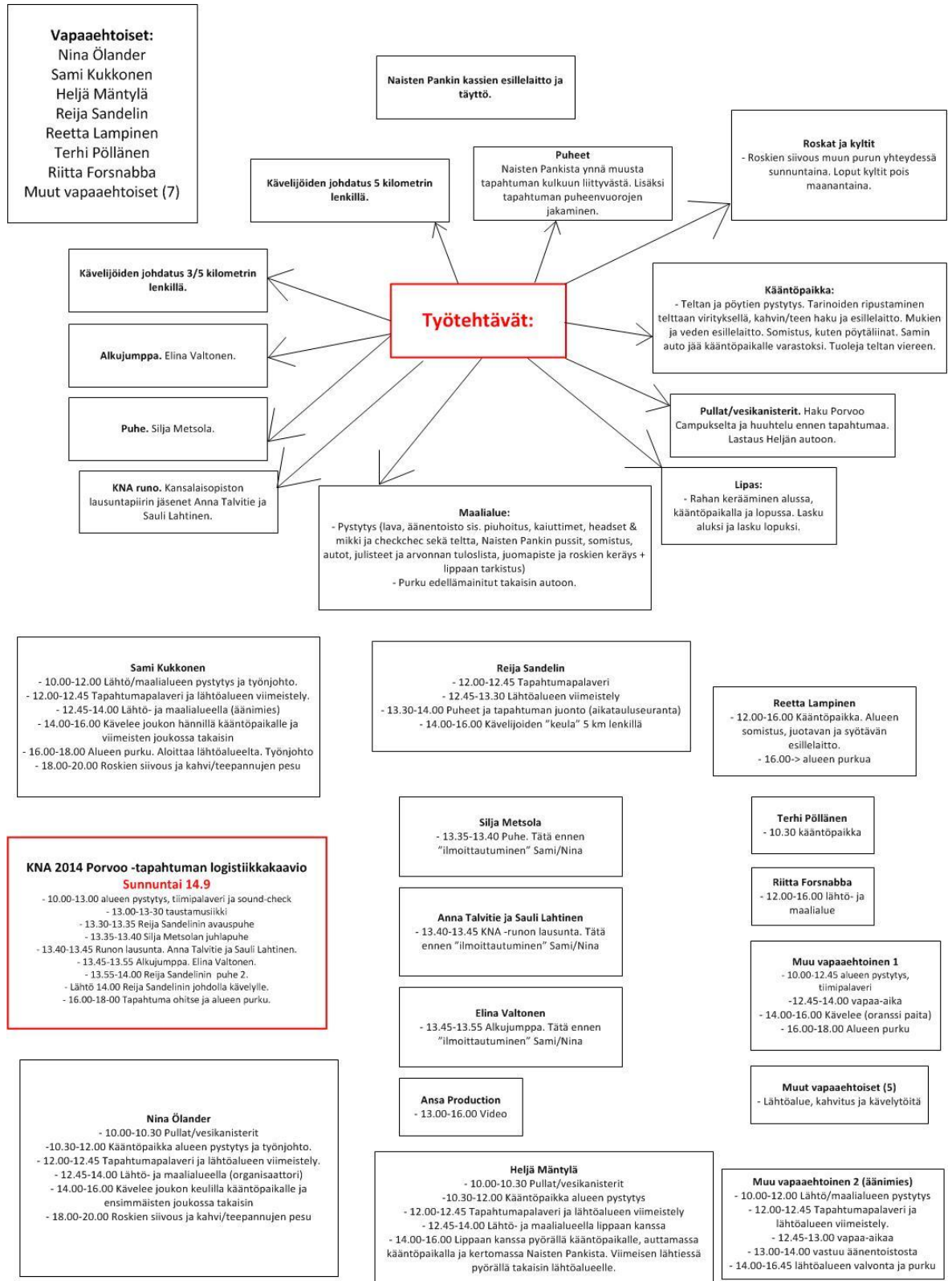
Liite 4. Lauantain 13.9.2014 tehtävät.

14.00-15.00. S-Market Näsi.
Banaanien haku. Sami.

KNA 2014 Porvoo -tapahtuman
logistiikkakaavio **lauantai 13.9**

15.00-18.00. Kävelyreitti. Kävelyreittien
kyltitys ja tarkistus. Sami.

Liite 5. Sunnuntai 14.9.2014 käsikirjoitus.



Liite 6. Tapahtuman aikataulu.

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman ohjelma

Klo 13.00-13.30: **Etkot alkavat.** Amos Nordman soittaa elävää musiikkia.

Klo 13.30-13.35: **Tapahtuman avauspuhe.** Haaga-Helian ruotsinkielisen koulutusohjelman johtaja Reija Sandelin.

Klo 13.35-13.40: **Juhlapuhe.** Neste Oilin viestintäasiantuntija ja Porvoon kaupunginvaltuutettu Silja Metsola.

Klo 13.40-13.45: **Anja Snellmanin Kävele Naiselle Ammatti -runon lausunta.** Porvoon Kansalaisopiston lausuntapiirin jäsenet Anna Talvitie ja Sauli Lahtinen.

Klo 13.45-13.55: **Alkujumppa.** Taidetehtaan Tanssikoulu. Elina Valtonen.

Klo 13.55. **Puhe Naisten Pankin toiminnasta sekä tietoa tapahtuman kulusta.** Reija Sandelin.

Klo 14.00. **Lähtö.**

Klo 14.00-16.00: **Tapahtuman kävelyosuus.** Matkan aikana on mahdollisuus tutustua kehitysmaiden naisten tarinoihin. Tarjolla on kahvia, teetä, vettä sekä pientä purtavaa. Maalissa jaetaan Naisten Pankin kassi, jossa on tietoa Naisten Pankista sekä pieniä yllätyslähjoja.

Liite 7. Porvoon Kaupungin alueita koskeva maankäyttölupa.



LUPA

1 (1)

6.8.2014

Sami Kukkonen
Haaga-Helia

Viite Anomuksenne 27.5.2014

Kävele naiselle ammatti- tapahtuma

Hakijalle myönnetään lupa käyttää hakemuksen mukaiset Porvoon kaupungin katualueet Kävele naiselle ammatti-tapahtuma varten 14.9.2014 klo 14.00 ja-17.00 välisenä aikana.

Hakija vastaa liikennejärjestelyistä ja liikennemerkkien asentamisesta sekä huolehtii lähtö- ja kääntöpaikka-alueiden siivouksesta.

Liite: Reittikartta

Kari Hällström
Suunnittelupäällikkö

Liite 8. Ilmoitus yleisötilaisuudesta, lupahakemus Poliisille.

ILMOITUS yleisötilaisuuden järjestämisestä

1 (5)

Nro

Poliisilaitos	Porvoo			
Tilaisuuden järjestäjä	Nimi (luonnollinen henkilö) / Nimi (oikeushenkilö) Sami Kukkonen		Henkilötunnus / Y-tunnus 280689-173-e	
Yhteystiedot	Lähtöosoite Humaltarhantie 1a 7		Puhelin 0400-769239	
	Postinumero ja -toimipaikka 06450 Porvoo			
	Yhteyshenkilö Sami Kukkonen		Puhelin 0400769-239	
Yleisötilaisuus	Yleisötilaisuuden nimi Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma			
Järjestämisaika	Järjestyksen valvonta aloitetaan pvm ja aika	Tilaisuus alkaa pvm ja aika	Tilaisuus päättyy pvm ja aika	Tilaisuus keskeytyneenä pvm ja aika
	klo 14,9	klo 13	klo 18	klo
	klo	klo	klo	klo
	klo	klo	klo	klo
	klo	klo	klo	klo
	klo	klo	klo	klo
	Yleisötilaisuutta varten tarvittavat rakenteet ovat valmiina pvm ja aika		Järjestyksen valvontaa on tarpeen suorittaa pvm ja aika	
	14,9 klo 13.00		klo	
Järjestämis- paikka	Järjestämispaikka ja osoite Kokkonniementie 6, 06100 Porvoo			
	Arvioitu yleisö määrä / päivä 100-150		Arvioitu yleisö kokonaisuus määrä 100-150	
	Yleisötilaisuuden arvioitu vaikutusalue (esitetään kartalla yleisötilaisuuden järjestämispaikka, yleisötilaisuuden lähialueet ja muut mahdolliset vaikutusalueet)			
	<input checked="" type="checkbox"/> Kartta on ilmoituksen liitteenä			
Ohjelma	Ohjelman sisältö Kyseessä on hyväntekeväisyystapahtuma: Kävele Naiselle Ammatti. Tapahtumassa kävelliään 3 tai 5 kilometrin pituinen reitti yhdessä, jalkakäytäviä pitkin. Ennen kävelyä kuunnellaan musiikkia, puheita sekä runo. Lisäksi ennen lähtöä pidetään alkujumppa.			
Pääsy- tai muu maksu	<input checked="" type="checkbox"/> Ei kanneta €			
Musiikki	<input checked="" type="checkbox"/> Tilaisuudessa esitetään musiikkia <input type="checkbox"/> Elävää musiikkia <input type="checkbox"/> Mekaanista musiikkia			
	<input type="checkbox"/> Ei esitetä <input checked="" type="checkbox"/> Teoston musiikintuotannon nro 70029070			
Anniskelu	<input checked="" type="checkbox"/> Ei anniskelua <input type="checkbox"/> On anniskelu oikeus <input type="checkbox"/> Haetaan anniskelu oikeuksia			
	<input type="checkbox"/> Yleisötilaisuuden järjestäjä kieltää alkoholi- ja tupakkatuotteiden myymisen yleisötilaisuuden järjestämisalueella anniskelu- alueita lukuun ottamatta			
Arvio järjestys ja turvallisuus vaikutuksista	Järjestäjän oma arvio siitä, millaisia vaikutuksia yleisötilaisuudella on yleisötilaisuuden järjestämispaikan ja sen lähialueiden järjestykselle ja turvallisuudelle. Emme koe aiheuttavamme häiriötä alueen asukkaille. Itse asiassa asutusta ei edes ole aivan vieressä. Järjestyksenvalvontaa tai liikenteenohjausta ei tarvita, sillä kävelyreitit on rakennettu niin, että kävelemme yhdessä jalkakäytäviä pitkin eikä liikennettä tule pysäyttää.			
Arvio järjestyksenvalvo- jen määrästä	Järjestäjän oma arvio tarvittavasta järjestyksenvalvojen määrästä 1. päivänä	2. päivänä	3. päivänä	4. päivänä
				5. päivänä
Järjestyksen- valvojat	Järjestyksenvalvojaksi saadaan asettaa tehtävään suostuva henkilö, jolla on poliisin myöntämä voimassa oleva hyväksyminen järjestyksenvalvojaksi. Yleisötilaisuuden järjestäjä asettaa järjestyksenvalvojat, joidenka tulee jokaisen osalta antaa suostumuksensa asettamisensa.			
	<input checked="" type="checkbox"/> Yleisötilaisuuteen ei aseteta järjestyksenvalvoja			
	<input type="checkbox"/> Järjestyksenvalvojaksi asetettujen henkilöiden nimet, henkilötunnukset ja järjestyksenvalvojakorttien numerot ovat liitteenä			

ILMOITUS
yleisötilaisuuden järjestämisestä

2 (5)

Tilapäiset järjestysvalvojat	<p>Tilaisuuden laajuus ja luonne huomioon ottaen sekä muusta erityisestä syystä tilaisuuden toimeenpanopaikan poliisilaitos voi hyväksyä yksittäiseen tilaisuuteen tai tilaisuussarjaan järjestysvalvojiksi henkilöitä, jotka ovat antaneet suostumuksensa toimia järjestysvalvojina kyseisessä tilaisuudessa, mutta joilla ei ole poliisin myöntämää hyväksyntää (voimassa oleva järjestysvalvoajakortti) toimia järjestysvalvojajana.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Yleisötalaisuuteen ei esitetä asetettavaksi tilapäisiä järjestysvalvojia.</p> <p><input type="checkbox"/> Tilapäiseksi järjestysvalvojaksi hyväksyttäväksi ehdotettujen henkilöiden nimet ja henkilötunnukset ovat liitteenä.</p> <p>Ehdolla mainittu tilapäinen järjestysvalvojaksi hyväksyminen yksittäiseen tilaisuuteen tai tilaisuussarjaan maksaa 15 € per hyväksytty tai hyötty henkilö.</p>
Turvallisuussuunnitelma	<p>Yleisötalaisuuden järjestykseen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi on laadittu turvallisuussuunnitelma.</p> <p><input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei</p>
Pelastussuunnitelma	<p>Yleisötalaisuudesta on laadittu pelastussuunnitelma.</p> <p><input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei</p>
Liikenteenohjaussuunnitelma	<p>Yleisötalaisuuden liikennejärjestelyjä varten on laadittu liikenteenohjaussuunnitelma.</p> <p><input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei</p>
Muita tietoja ja selvityksiä	<p>Esitämme, että voisimme järjestää tapahtuman ilman suurempia selvityksiä, Porvoon Kaupunki on antanut luvan alueidensa käyttöön. Lupa on liitteenä. Aiomme tehostaa kävelyreitillä pysymistä selkein, viirimalisin merkein.</p> <p>Liitettä 2 kpl</p>
Päiväys ja allekirjoitus (ilmoittaja)	<p>Päiväys</p> <p>Allekirjoitus</p>

Viranomaismerkintöjä:

Ilmoitus jätetty	<p>Pvm</p> <p>Vastaanottaja</p>
Tarkastettu ja hyväksytty ilmoitusmenettely	<p>Pvm</p> <p>Hyväksyjä</p>
Päätös, joka sisältää määräyksiä yleisötalaisuuden järjestämisestä	<p><input type="checkbox"/> Ilmoituksen perusteella annetaan erillinen päätös</p>
Maksu	<p><input type="checkbox"/> Maksu _____ € maksettu <input type="checkbox"/> Ei maksettu</p>
Päätöksen tai ilmoituksen hyväksymismenettelyyn sovittu tiedoksi-antamistapa	<p><input type="checkbox"/> Lahetetaan postilla osoitteeseen</p> <p><input type="checkbox"/> Lahetetaan faxilla numeroon</p> <p><input type="checkbox"/> Lahetetaan sähköpostilla osoitteeseen</p> <p><input type="checkbox"/> Noudetaan</p>

Yleisöttilaisuuden järjestämisessä on huomioitava muun muassa seuraavia seikkoja.
Poliisi voi antaa ilmoitukseen perusteella yleisöttilaisuutta koskevia määräyksiä, jotka voivat poiketa järjestäjän ilmoittamista yleisöttilaisuuden järjestystä ja turvallisuutta koskevista järjestelyistä.
Poliisi voi myös edellyttää seuraavien asioiden kokoamista pelastus- ja turvallisuussuunnitelmaksi.

Lisätietoja saa yleisöttilaisuutta koskevat määräykset antavalta viranomaiselta.

Asettako järjestäjä tilaisuuteen järjestyksenvalvoja?	
Järjestyksenvalvojen nimet, henkilötunnukset ja järjestyksenvalvojakorttien numerot on ilmoitettava erillisellä liitteellä ja lisäksi sähköisesti, jos se on mahdollista. Yleisöttilaisuudessa järjestyksenvalvojina toimivien tiedot tulee olla poliisin tiedossa hyvissä ajoin, viimeistään viisi vuorokautta ennen yleisöttilaisuuden järjestämisaikaa. Järjestyksenvalvojaksi asettettavan henkilön on annettava suostumuksensa toimia järjestyksenvalvojana kyseisessä yleisöttilaisuudessa.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Pyytäkö järjestäjä hyväksymään tilaisuuteen järjestyksenvalvoja, jotka eivät ole suorittaneet järjestyksenvalvojan peruskoulutusta (ns. tilapäiset järjestyksenvalvojat)?	
Kyseisten järjestyksenvalvojen nimet ja henkilötunnukset on ilmoitettava erillisellä liitteellä ja lisäksi sähköisesti, jos se on mahdollista. Yleisöttilaisuudessa järjestyksenvalvojina toimivien tiedot tulee olla poliisin tiedossa hyvissä ajoin, viimeistään viisi vuorokautta ennen yleisöttilaisuuden järjestämisaikaa. Järjestyksenvalvojaksi asettettavan henkilön on annettava suostumuksensa toimia järjestyksenvalvojana kyseisessä yleisöttilaisuudessa.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Mitä tunnuksia järjestyksenvalvojat käyttävät?	
Käytettävät tunnuksat ovat: 1. <input type="checkbox"/> Tunnistelivi 2. <input type="checkbox"/> Laatta	
Pyytäkö järjestäjä hyväksymään järjestyksenvalvojen esimiehiä, jotka käyttävät pohjaväriltään oranssia järjestyksenvalvojan esimies-tunnuksella merkittyä tunnisteliviä?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Esimiehinä toimivat järjestyksenvalvojat ja heidän yhteyshenkilönsä ilmoitetaan erillisellä liitteellä.	
Kantavatko järjestyksenvalvojat tehtävissään voimankäyttövälineitä (kaasusumutin, enintään 70 cm pitkä patukka, käsiraudat, muoviset siteet)?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Yleisöttilaisuudessa kaasusumutinta kantavien järjestyksenvalvojen nimet, henkilötunnukset ja kaasusumuttimen kantamiseen oikeuttavien lupien numerot on ilmoitettava ohjeisella erillisellä liitteellä.	
Pidetäänkö järjestyksenvalvontatehtävissä mukana järjestyksenvalvontatehtäviin hyväksyttyä koiraa?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Kyseisen koiran tunnistusmerkintä ja koiran ohjaajan hyväksyntä on ilmoitettava erillisellä liitteellä.	
Järjestetäänkö yleisöttilaisuuden sisäntuloväylillä henkilöntarkastuksia?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Onko säilönnötettävien tavaroiden säilyttäminen järjestetty?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Onko yleisöttilaisuudessa käytössä kiinniotettujen säilönnäpitoon tarkoitettu tila?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Säilönnäpitoon täytyy olla poliisin hyväksyntä.	
Vartioidaanko yleisöttilaisuusalueella olevaa omaisuutta?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Omaisuden suojelutehtävät silloin, kun yleisöttilaisuus ei ole vielä alkanut, se on keskeytynyt tai yleisöttilaisuuden päättymisen jälkeen ovat sopimussuhteeseen perustuvina ja vastiketta vastaan suoritettuna vartiointilukemintaa, joka edellyttää vartiointilukemintaa. Vartiointista tehty toimeksiantosopimus on ilmoituksen liitteenä.	
Onko yleisöttilaisuuden järjestäjä palkannut jollekin tai jollekin yleisöttilaisuuteen osallistuville henkilöille henkivartijoita?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Henkivartijatehtävä suoritettuna sopimukseen perustuen ja vastiketta vastaan on vartiointilukemintaa, joka edellyttää vartiointilukemintaa. Henkivartijatehtävistä tehty toimeksiantosopimus on liitteenä.	
Suoritattavko yleisöttilaisuuden arvokuljetukset vartiointilukemintaa?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Arvokuljetustehtävä suoritettuna sopimukseen perustuen ja vastiketta vastaan on vartiointilukemintaa, joka edellyttää vartiointilukemintaa. Arvokuljetuksista tehty toimeksiantosopimus on liitteenä.	
Onko järjestäjä saanut toimeksiantopaikan omistajan / haltijan suostumuksen paikan käyttämiseen?	<input type="checkbox"/> Kyllä <input type="checkbox"/> Ei
Suostumus on liitteenä. Jos järjestämispäivä on järjestäjän oma, selvitys järjestämispäivän hallinto-oikeudesta on liitteenä.	



ILMOITUS
yleisötillaisuuden järjestämisestä

4 (5)

Siv. 2/2015
4.10.2015, 0.05.2015, 8.2011

Edellyttääkö tilaisuus toimeenpanopaikan eristämistä muulta käytöltä? Jos edellyttää, järjestelyistä on sovittava paikan omistajan kanssa. Asiaa koskeva sopimus on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Onko yleisötillaisuuden toimeenpanopaikka hyväksytty kokoonmistilaksi? Tiedon siitä saa tilin omistajalta / haltijalta tai rakennusvalvontaviranomaiselta. Jos ei ole hyväksytty, selvitys ja tarvittaessa rakennusvalvontaviranomaisen päätös on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Rakennetaan toimeenpanopaikalle tilapäisiä rakennelmia? (Esim. telttoja, esintymislavoja, katsomoita, aitoja) Jos rakennetaan, siitä on ilmoitettava rakennusvalvontaviranomaiselle, joka tarkastaa rakenteet. Todistus rakennelmien hyväksymisestä on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Edellyttääkö tilaisuus liikennejärjestelyjä? (Esim. katujen sukemista, tilapäisiä liikennemerkejä, pysäköintijärjestelyjä) Jos edellyttää, liikenneohjaussuunnitelma on toimitettava poliisille. Tilapäisiä liikennejärjestelyjä koskevat päätökset tekee poliisi tiempitäjää kuultuaan. Jos edellyttää tien sukemista asemakaava-alueella nopeuskilpailu varten, liikenneohjaussuunnitelman lisäksi on toimitettava kunnanhallituksen asiaa koskeva päätös. Päätös on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Asettaako järjestäjä liikenneohjaajia? Jos asettaa, liikenneohjaajien asettamista koskeva hakemus on toimitettava poliisille. Hakemuksesta tulee ilmetä henkilöiden nimet ja henkilötunnukset. Poliisin päätös liikenneohjaajien asettamisesta on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Edellyttääkö tilaisuus toimenpiteitä palo- ja henkiloturvallisuuden varmistamiseksi? Jos edellyttää, suunnitelma on esitettävä pelastusviranomaiselle. Hyväksytty pelastussuunnitelma on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Edellyttääkö tilaisuus toimenpiteitä ensihoidon järjestämiseksi? Jos edellyttää, selvitys on esitettävä terveysviranomaiselle (alueen ensihoidon vastuuääkkäri). Todistus ensihoidon järjestelyjen hyväksymisestä on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Aiheutuuko tilaisuudesta kerta- tai toistuvasti suuria jätettäjä tai edellyttääkö tilaisuus erityisiä puhtaanapitojärjestelyjä? Jos edellyttää, jätteenhoitosuunnitelma on esitettävä ympäristöviranomaiselle. Todistus jätteenhoitosuunnitelman hyväksymisestä on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Aiheutuuko tilaisuus toimeenpanopaikan ulkopuolelle kuuluvaa tilapäistä melua? Jos aiheuttaa, siitä on tehtävä ilmoitus ympäristöviranomaiselle (30 vrk ennen tilaisuutta). Ympäristöviranomaisen päätös on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Tapahtuuko tilaisuudessa elintarvikkeiden myyntiä? Jos tapahtuu, siitä on ilmoitettava terveysviranomaiselle (14 vrk ennen tilaisuutta). Jäijennös ilmoituksesta on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Anniskellaanko tilaisuudessa alkoholi juomia? Jos anniskellaan, jäijennös anniskeluudesta on liitteenä. Selvitys anniskelun ja anniskelualueen järjestysvalvonnan järjestämisestä on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Kiellääkö järjestäjä päihdyttävien aineiden hallussapidon tilaisuudessa tai asettaako järjestäjä muita ehtoja sisäänkäyntiä? Jos järjestäjä kieltää tai asettaa ehtoja, siitä on tiedotettava riittävän sekeästä. Pois otettuja aineita ja esineitä varten on järjestettävä valvottu säilytystila. Tiedot asetetuista ehdoista on liitteenä.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Asettaako järjestäjä sisäänkäynnin edellytykseksi ikärajan? Jos asettaa, se on vuotta.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Onko järjestäjä ottanut tilaisuuden varalle riittävän vastuuvakuutuksen? Poliisi voi määrätä järjestäjän ottamaan riittävän vastuuvakuutuksen. Jos vakuutus otetaan, siitä on liitettävä jäijennös tähän ilmoitukseen.	<input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei



ILMOITUS
yleisöttilaisuuden järjestämisestä

5 (5)

Tämän ilmoituksen liitteitä ovat (merkitse ruutuun liitteen järjestysnumero):

X	kartta yleisöttilaisuuden järjestämispaikasta, yleisöttilaisuuden lähi-alueista ja mahdollisista vaikutusalueista
X	toimeenpanopaikan omistajan suostumus tai selvitys siitä, että yleisöttilaisuuden järjestäjiä on omistus- tai hallinto-oikeus järjestämispaikastaan ja kyseinen oikeus sisältää oikeuden järjestää yleisöttilaisuuksia
	luettelo järjestyskseenvalvojiksi asetettavista henkilöistä
	luettelo tilapäiseksi järjestyskseenvalvojiksi ehdotetuista henkilöistä
	luettelo yleisöttilaisuuden järjestyskseenvalvojista tunnistusnumerojärjestyksessä
	yleisöttilaisuutta koskeva turvallisuussuunnitelma (poliisille) (voi olla yksi yhteinen suunnitelma, jossa käsitellään turvallisuuteen, pelastukseen ja liikenteenohjaamiseen liittyviä asioita)
	luettelo järjestyskseenvalvojista, joiden ehdotetaan kantavan kaasusumutinta järjestyskseenvalvontatehtävissä yleisöttilaisuudessa
	pelastussuunnitelma (pelastusviranomaiselle)
	luettelo järjestyskseenvalvontatehtävissä käytettävistä koirista, niiden tunnistusmerkinnöistä ja hyväksytyistä koiranohjaajista
	luettelo yleisöttilaisuuden eri vastuualueiden vastuhenkilöistä (yleisöttilaisuuden järjestäjän edustaja, tapahtumapäällikkö, turvallisuuspäällikkö, kohde-esimiehet, järjestyskseenvalvojien esimiehet säilyssä pidetyistä tavaroista vastaava henkilö, säilyssäpidettävistä henkilöistä ja heidän haltuun otetuista tavaroistaan vastaava henkilö ym.) yleisöttilaisuuden järjestämisajankäytettävissä olevine yhteyshenkilöineen
	päätös poliisin hyväksymästä kiinniotettujen säilyssäpidettävistä
	selvitys tai päätös kokoontumistilasta
	Varjoimistettavien koskevat toimeksiantosopimus tai toimeksiantosopimukset (säilyssä pidettävillä) tai ilmoitus siitä, että yleisöttilaisuuden järjestämispaikan haltija järjestää varjoimisen yleisöttilaisuuden järjestäjästä riippumatta
	Liikenteenohjaussuunnitelma
	Kunnanhallituksen lupa liikenneväyän sukkemisesta asemakaava-alueella
	selvitys toimeenpanopaikan eristämistä
	hyväksytty jätetuotosuunnitelma
	todistus tilapäisten rakenteiden hyväksymisestä
	todistus elintarvikemyynnin hyväksymisestä
	päätös liikenteenohjaajista
	todistus vastuuvakuutuksesta
	todistus ensihoidon järjestelyjen hyväksymisestä
	melu-ilmoituksen johdosta annettu päätös
	jäljennös anniskeluavasta tai selvitys anniskelun järjestämisestä
	muu tai muita ilmoitusta koskevia selvityksiä tai täydennyksiä kpl.

Edellä mainittujen liitteiden asiasisältö voidaan sisällyttää myös turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaan tai liittää sen liitteiksi. Liitteitä voidaan tarvittaessa täydentää ilmoituksen vastaanottamisen jälkeen.

Liite 9. Kävelyviiri.



Liite 10. Tapahtuman tiedotussuunnitelmamalli.

MITÄ	KENELLE	MILLOIN	KUKA
Ennakkotiedote			
Esite/mainos			
Internet -kotisivu			
Juliste			
Lehti-ilmoitus			
Tapahtumalehti			
Tiedote			
Tiedotustilaisuus			
Tv-mainos			
Radiomainos			
Kutsukirje			
Kutsuvieraskortti			
Myyntikirje			
Puhelinmyynti			
Messut			
Näyttely			
Sosiaalinen media Facebook-sivut Blogi			

Liite 11. Facebook -tapahtumasivu.



Vaihda tapahtumakuvaa

14.9.2014
**KÄVELE NAISELLE
AMMATTI
TAPAHTUMA**
#KaveleNaiselleAmmatti

SYYS
14 Kävele Naiselle Ammatti -Porvoo

Julkinen · Järjestäjänä Nina Ölander ja Sami Kukkonen

Järjestäjä

Kutsu

Muokkaa

...

🕒

14. syyskuuta 2014 klo 13:30
noin 6 kuukautta sitten

📍

Kokonniemi 6, Taidetehtaan edusta

Kutsumme kaikki kehitysmaiden naisten toimeentulosta ja hyvinvoinnin kehittämiseksi kiinnostuneet mukaan Porvoon kävelutapahtumaan.



Sami, Salla ja 2 muuta kaveria liittyivät

41 liittynyt

Liite 12. Radiomainokseen suunniteltu käsikirjoitus.

Klippi 1:

- Naisten Pankin vuotuinen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma nyt ensimmäistä kertaa Porvoossa
- Naisten Pankki auttaa kehitysmaiden naisia tarjoamalla heille mahdollisuuden hankkia ammatti
- Porvoon tapahtuma alkaa 14. Syyskuuta kello 14.00, mutta saavuthan paikalle jo etkoille kello 13.00 alkaen. Kävelyn lähtö tapahtuu Taidetehtaan edestä osoitteesta Kokonniementie 6. Reitti kulkee joko 3 tai 5 kilometrin matkan jokivartta pitkin Maariin ja takaisin.
- Haasta mukaan myös ystäväsi, yhteistyökumppanisi, perheesi jne.
- Osallistuminen ja lahjoittaminen on vapaaehtoista, mutta muistutamme, että jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa ammatin
- Ennakkoon voi ilmoittautua internetissä osoitteessa www.naistenpankki.fi/kavely
- Tervetuloa auttamaan kehitysmaiden naisia!

Klippi 2:

- Naisten Pankin vuotuinen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma nyt ensimmäistä kertaa Porvoossa
- Naisten Pankki auttaa kehitysmaiden naisia tarjoamalla heille mahdollisuuden hankkia ammatti
- Tapahtuma alkaa virallisesti 14. Syyskuuta kello 14.00, mutta saavuthan paikalle jo etkoille kello 13.00 alkaen. Kävelyn lähtö tapahtuu Taidetehtaan edestä osoitteesta Kokonniementie 6. Reitti kulkee joko 3 tai 5 kilometrin matkan jokivartta pitkin Maariin ja takaisin.
- Olethan jo haastanut mukaan myös ystäväsi, yhteistyökumppanisi, perheesi jne.
- Osallistuminen ja lahjoittaminen on vapaaehtoista, mutta muistutamme, että jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa ammatin
- Ennakkoon voi ilmoittautua internetissä osoitteessa www.naistenpankki.fi/kavely
- Tervetuloa auttamaan kehitysmaiden naisia!

Klippi 3:

- Naisten Pankin vuotuinen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma nyt ensimmäistä kertaa Porvoossa
- Naisten Pankki auttaa kehitysmaiden naisia tarjoamalla heille mahdollisuuden hankkia ammatti
- Tapahtuma alkaa virallisesti 14. Syyskuuta kello 14.00, mutta saavuthan paikalle jo etkoille kello 13.30 alkaen. Kävelyn lähtö tapahtuu Taidetehtaan edestä osoitteesta Kokonniementie 6. Reitti kulkee noin 3 kilometrin matkan jokivartta pitkin Maariin ja takaisin.
- Vielä ehdit haastaa mukaan myös ystäväsi, yhteistyökumppanisi, perheesi jne.
- Osallistuminen ja lahjoittaminen on vapaaehtoista, mutta muistutamme, että jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa ammatin
- Ennakkoon voi ilmoittautua internetissä osoitteessa www.naistenpankki.fi/kavely
- Tervetuloa auttamaan kehitysmaiden naisia!

Asiasanat: Aika, paikka, tavoite, Naisten Pankki, ilmoittautuminen, haasta, tervetuloa mukaan, idea

**KÄVELE
NAISELLE
AMMATTI
14.9.2014
PORVOOSSA**



NAISTEN PANKKI

KIRKON ULKOMAA-APU



14. syyskuuta 2014

Kello 13.00-16.00

Taidetehtaan edessä, Kokonniementie 6.

www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/kavele/



f Kävele Naiselle Ammatti -Porvoo

NESTE OIL

HUISKULA 

Fazer



EY



**Porvoo
Offsetpaino Oy**

Autokorjaamo
T:mi Kukkonen Ari



HAAGA-HELIA



Amica-ravintola
Campus



Koulutettu hieroja
Hyypiä Minna tmi
/Porvoon lääkärikeskus

SUOMALAINEN
KIRJAKAUPPA
www.suomalainen.com



Liite 14. Julisteiden sijoitusuunnitelma.

Julisteiden levitysalue				
Ala	Rakennus	Kaupunginosa	Mainonnan aloitus	Julisteen koko
Kirjasto	Gammelbackan kirjasto	Gammelbacka	Viimeistään elokuu	A1-A5
Kirjasto	Kevätkummun kirjasto	Kevätkumpu		
Kirjasto	Porvoon pääkirjasto	Keskusta		
Koulu	Linnankosken Lukio	Keskusta		
Koulu	Point College	Näsi		
Koulu	Porvoo Campus	Näsi		
Koulu	Ammattikoulu	Eestinmäki		
Urheiluhalli	Urheiluhalli	?		
Urheiluhalli	Kokonniemen jäähalli	Kokonniemi		
Urheiluhalli	Kokonniemen urheiluhalli	Kokonniemi		
Urheiluhalli	Porvoon Uimahalli	?		
Kirpputori	Kirpputori	Mäntsälä		
Kirpputori	Tarmola	Tarmola		
Ostoskeskus	Gammelbackan ostoskeskus	Gammelbacka		
Ostoskeskus	Siwa Eestinmäki	Eestinmäki		
Kahvila	Cafe Cabriolet	Keskusta		
Kahvila	Porvoon kaupungin alue	Porvoo		
Urheiluhalli	Aurora halli	Kokonniemi		
Ostoskeskus	Taidetehtas	Näsi		
Bussipysäkit	Porvoon kaupungin alue	Porvoo		
Ostoskeskus	Citymarket	Keskusta		
Ostoskeskus	S-Market Näsi	Näsi		
Ostoskeskus	Robinhood	Tarmola		
Kuntosali	Porvoon kaupungin alue	Porvoo		
Muu	Runebergin koti	Keskusta		
Kirkko	Tuomiokirkko	Vanha kaupunki		
Kirkko	Seurakunta	Gammelbacka		
Yhdistys	Porvoon eläkeläiset ry	Keskusta		
Ostoskeskus	Huhtinen ostoskeskus	Huhtinen		
Porvoon Kaupunki	Kompassi	Vanha kaupunki		
Porvoon Kaupunki	Sivistystoimi	Näsi		
Radio	Yle (Porvoo)	Vanha kaupunki		
Radio	Radio Foni	Keskusta		
Hoitoala	Terveyskeskus	Näsi		

Liite 15. Listaus potentiaalisista yhteistyökumppaneista ja yhteydenotoista.

Yrityksen nimi	Yritys/yhdistys	Toimiala	Sijainti
Agri-Market	Yritys	Rakennus	Kuninkaanportti
Amica Campus	Yritys	Ravintola	Näsi
Ansa Production	Yritys	Markkinointi	Keskusta
Autokorjaamo Kukkonen	Yritys	Autokorjaamo	Gammelbacka
Borealis	Yritys	Teollisuus	Kilpilahti
Brunberg	Yritys	Karamellitehdas	Tarmola
Byggmax	Yritys	Rakennus	Loviisan tien varrella
Cafe Cabriole	Yritys	Kahvila	Keskusta
Citymarket	Yritys	Elintarvike	Keskusta
Danske Bank	Yritys	Pankki	Keskusta
Etola	Yritys	Sekatavara	Kuninkaanportti
Ensto	Yritys	Teollisuus	Tarmola
Expert	Yritys	Elektroniikka	Kuninkaanportti
Gabriel 1763	Yritys	Ravintola	Tapahtuman sijaintia lähellä olevat yritykset
Gigantti	Yritys	Elektroniikka	Kuninkaanportti
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu	Yritys	Ammattikorkeakoulu	Porvoo
HongKong	Yritys	Seka	Kuninkaanportti
Huiskula	Yritys	Kukka	Helsinki
Itäväylä	Yritys	Media	Keskusta
Kiitobaari	Yritys	Huoltoasema	Porvoon yrittäjänaiset
K-Supermarket Tarmola	Yritys	Elintarvike	Tarmola

Yrityksen nimi	Yritys/yhdistys	Toimiala	Sijainti
Koulutettu Hieroja Minna Hyypä / tmi Porvoon Lääkärikeskus	Yritys	Hieronta	Näsi
Lidl	Yritys	Elintarvike	Näsi / Tarmola
Lähtapiola	Yritys	Pankki	Keskusta
Marimekko Porvoo	Yritys	Vaateliike	Tapahtuman sijaintia lähellä olevat yritykset
Matkatoimisto matka-agentit	Yritys	Matkailu	Porvoon yrittäjänaiset
Muovi-Heljanko	Yritys	Teollisuus	Askola
Musti ja Mirri	Yritys	Eläin	Kuninkaanportti
Neste Oil	Yritys	Teollisuus	Kilpilahti
Nordea	Yritys	Pankki	Keskusta
Norpe	Yritys	Teollisuus	Tarmola
Nuorkauppaka- marit	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Osuuspankki Porvoo	Yritys	Pankki	Keskusta
Pentik Porvoo	Yritys	Sisustus	Keskusta
Plantagen	Yritys	Kukka	Kuninkaanportti
Polygon	Yritys	Ympäristö / turvallisuus	Tarmola
Pornaisten Martat	Yhdistys	Yhdistys	Pornainen
Porvoon Apteekki	Yritys	Apteekki	Keskusta
Porvoon Eläkeläiset ry	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Porvoon Energia	Yritys	Teollisuus	Gammelbacka

Yrityksen nimi	Yritys/yhdistys	Toimiala	Sijainti
Porvoon Herkku Oy / Makulaku	Yritys	Lakritsitehdas	Ölsten
Porvoon Karjalaiset Martat Ry	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Porvoon Kaupunki	Yritys	Porvoo	Porvoo
Porvoon Nykymartat	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Taidetehtaan Tanssikoulu	Yhdistys	Liikunta	Porvoo
Porvoon yrittäjänaiset ry	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Porvoon yrittäjät	Yhdistys	Yhdistys	Porvoo
Ramirent	Yritys	Rakennus	Tarmola
Rotarit	Yritys	Yhdistys	Porvoo
Simolin	Yritys	Rakennus	Hornhattula
Sinne	Yritys	Ravintola	Tapahtuman sijaintia lähellä olevat yritykset
S-Market Näsi	Yritys	Elintarvike	Näsi
Sokos	Yritys	Seka	Keskusta
St1	Yritys	Huoltoasema	Porvoo
Stadium	Yritys	Urheiluliike	Näsi
Suomalainen Kirjakauppa	Yritys	Kirjakauppa	Keskusta
Suomen Lähikauppa (Siwa ja Valintatalo)	Yritys	Elintarvike	Pääkonttori

Yrityksen nimi	Yritys/yhdistys	Toimiala	Sijainti
Taidetehtas	Yritys	Kauppakeskus	Näsi
Verde	Yritys	Kuntoilu	Tarmola
Vianor	Yritys	Rengasliike	Tarmola
Vmp	Yritys	Henkilöstö	Tapahtuman sijaintia lähellä olevat yritykset
Porvoo-Läntinen Rotaryklubi	Yritys	Yhdistys	Porvoo
Porvoon Offsetpaino	Yritys	Painotalo	Tarmola
Wanha Porvoo Rotaryklubi	Yritys	Yhdistys	Vanha Porvoo
Motonet	Yritys	Sekatavara	Tulossa kuninkaanporttiin
Robinhood Porvoo	Yritys	Sekatavara	Tarmola
Tokmanni	Yritys	Sekatavara	Pääkonttori
Kansalaisopiston runon lausuntapiiri	Yhdistys	Harrastajaporukka	Porvoo
S-Market Kevätkumpu	Yritys	Elintarvike	Kevätkumpu
Sale Huhtinen	Yritys	Elintarvike	Huhtinen
Radio Foni / Iskelmä Porvoo	Yritys	Radio	Keskusta
Uusimaa	Yritys	Media	Tarmola

Yrityksen nimi	Kontaktin ottopvm	Vastauspvm	Sponsoroiko yritys	Lisätietoja sponsoroinnista / vastauksesta
Agri-Market	On		Ei	
Amica Campus	Syyskuu	Syyskuu	Kyllä	Kertakäyttöastiat + termos pumput tapahtuman käyttöön
Ansa Production	15.7.2014		Kyllä	Kuvaavat tapahtumavideon tulevien vuosien markkinointia varten.
Autokorjaamo Kukkonen	21.8.2014	21.8.2014	Kyllä	Kulkuneuvo ja varastotilaa tapahtuman aikaisten materiaalien kuljetukseen / säilytykseen
Borealis	26.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Brunberg	22.8.2014	27.8.2015	Ei	Eivät halunneet lähteä sponsoroimaan tällä kertaa.
Byggmax	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Cafe Cabriole	27. elö	27.8.2014	Kyllä	Antoivat 2 lahjakorttia 15-hengen kakkuihin etukäteen ilmoittautuneiden kesken arvottavaksi.
Citymarket	Elokuu	Ei vastausta	Ei	Ovat mukana nuoriin kohdistuvissa keräyksissä.
Danske Bank	21. elö	Ei vastausta	Ei	
Etola	28.8.2014	29.8.2015	Ei	
Ensto	17.6 kello 17.09	Ei vastausta	Ei	Eivät vastanneet useista yhteydenotoista huolimatta.
Expert	19. syys	Ei vastausta	Ei	
Gabriel 1763	21.8.2014	21.8.2014	Kyllä	Heille vietiin termoskannuja. He täyttivät termokset kahvilla ja teellä sekä antoivat lisäksi tarvikkeita näiden jakelemiseen, kuten teepusseja, sokeria ja maitoa.
Gigantti	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu	Kesä		Kyllä	Äänentoisto ja esiintymislavat sekä tulosteet.
HongKong	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Huiskula	18.6.2014	18.6.2014	Kyllä	
Itäväylä	Kesä		Kyllä	Antoivat teltan tapahtuman aikaiseen käyttöön. Lisäksi lahjoittivat paidat Itäväylän / Naisten Pankin logoilla järjestäjien käyttöön.
Kiitobaari	Heinäkuu		Ei	
K-Supermarket Tarmola	26.8.2014	26.8.2014	Ei	Olivat juuri lastensairaalahankkeessa mukana.

Yrityksen nimi	Kontaktin ottopvm	Vastauspvm	Sponsoroiiko yritys	Lisätietoja sponsoroinnista / vastauksesta
Koulutettu Hieroja Minna Hyypiä / tmi Porvoon Lääkärikeskus	19.8.2014	20.8.2014	Kyllä	Hierontalahjakortti ennakkoon ilmoittautuneiden kesken arvottakasi.
Lidl	21.8.2014	21.8.2014	Ei	
Lahitapiola	11.7.2014	21.7.2014	Kyllä	He maksoivat yhden ammatin (30€ kpl) per yrityksen kävelijä. Kävelijöitä tuli 8 kpl ja rahaa näin ollen 240€.
Marimekko Porvoo	Kesä	Kesä	Ei	
Matkatoimisto matka-agentit	25.6.2014	Ei vastausta	Ei	
Muovi-Heljanko	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Musti ja Mirri	24.7.2014		Ei	
Neste Oil	21.8.2014	Syyskuu	Kyllä	Antoivat jaettavaksi Naisten Pankin pusseihin 40 juomapulloa ja 100 matkalaukku osoiteremmiä.
Nordea	17.6. kello 16.29	Elokuu	Ei	
Norpe	11.7.2014	Ei vastausta	Ei	
Nuorkauppakamarit	24.7.2014		Ei yritys	
Osuuspankki Porvoo	17.6 klo 16.16	10.heinä	Ei	Ensin lupasivat sponsoroida antamalla mm. mukeja ja kyniä. Sitten kieltäytyivät.
Pentik Porvoo	Kesä		Ei	
Plantagen	24.7.2014	26.7.2014	Ei	Plantagenilla ei ole mitään tapahtumaan soveltuvia tuotteita annettavana.
Polygon	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Pomaisten Martat	21.8.2014	Ei vastausta	Ei yritys	
Porvoon Apteekki	Otettu	Ei vastausta	Ei	Käynti paikan päällä ja soittopyynnön jättäminen. Päällikön piti palata loman jälkeen.
Porvoon Eläkeläiset ry	Kesä / 7.9	14.syys	Ei yritys	Osa tuli paikalle yksityishenkilöinä, ei koko Porvoon Eläkeläiset Ry
Porvoon Energia	21.8.2014	21.elo	Ei	1 hallituksen jäsen tuli paikalle. Hän ei saanut muita mukaansa, vaikka laittoikin viestiä eteenpäin

Yrityksen nimi	Kontaktin ottopvm	Vastauspvm	Sponsoroiiko yritys	Lisätietoja sponsoroinnista / vastauksesta
Porvoon Herkku Oy / Makulaku	28.8.2014	2.9.2014	Kyllä	Antoivat 112 pussia lukuja tapahtuman aikana jaettavaksi. Jaettiin Naisten Pankin pussien sisällä.
Porvoon Karjalaiset Martat Ry	21.8.2014	21.elo	Ei yritys	
Porvoon Kaupunki	Touko-syyskuu	Touko-syyskuu	Kyllä	Tilat + sähkö
Porvoon Nykymartat	21.8.2014	Ei vastausta	Ei yritys	
Taidetehtaan Tanssikoulu	5.8.2014	15.8.2014	Kyllä	Sponsoroivat alkuverryttelyn tapahtumaan.
Porvoon yrittäjänaiset ry	4.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Porvoon yrittäjät	Otettu		Ei yritys	
Ramirent	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Rotarit	3.elo	Ei vastausta	Ei	
Simolin	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Sinne	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
S-Market Näsi	Kesä	Kesä	Kyllä	100 banaania
Sokos	21.8.2014	22.elo	Ei	S-Market Näsi sponsoroi, joten he eivät (sama konserni)
St1	Kesä		Ei	Ei ole annettavaa tuotetta tapahtuman aikaiseen käyttöön. Rahaa ei anneta.
Stadium	17.6. klo 16.34	18.kesä	Ei	Yrityksemme on tehnyt päätöksen tukea ainoastaan junioritoimintaa Team Sales -yhteistyöseurojen kautta. Emme valitettavasti pysty tämän ohella tehdä yksittäisiä avustuksia tai sponsorointia tällä hetkellä.
Suomalainen Kirjakauppa	Kesä	Kesä	Kyllä	Lahjoittivat ennakoon ilmoittautuneiden kesken arvottaksi tuotepalkinnon
Suomen Lähikauppa (Siwa ja Valintatalo)	21.8.2014	Ei vastaa puhelimeen	Ei	

Yrityksen nimi	Kontaktin ottopvm	Vastauspvm	Sponsoroiiko yritys	Lisätietoja sponsoroinnista / vastauksesta
Taidetehtas	Susanne Dahlqvist		Ei	Ei otettu varsinaisesti Taidetehtaaseen yhteyttä, kuin lupa-asioissa sekä julisteen viemisessä. Sen sisällä oleviin yrityksiin sen sijaan otettiin.
Verde	21.8.2014	Ei vastausta puhelin / sposti	Ei	
Vianor	17.6 kello 17.15	10.heinä	Ei	Eivät sponsoroi
Vmp	24.7.2014	Kesä	Ei	Eivät sponsoroi
Porvoo-Läntinen Rotaryklubi	21.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Porvoon Offsetpaino	Kesä		Kyllä	Tekivät julisteet sekä reittimerkit tapahtumaa varten.
Wanha Porvoo Rotaryklubi	22.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Motonet	22.8.2014	Ei vastausta	Ei	
Robinhood Porvoo	26.8.2014	26.8.2014	Ei	Kaikki konsernin kautta
Tokmanni	26.8.2014	30.elo	Ei	
Kansalaisopiston runon lausuntapiiri	22.8.2014	22.elo	Kyllä	2 runonlausujaa, Sauli Lahtinen ja Anna Talvitie tulivat lausumaan runon
S-Market Kevätkumpu	27.8.2014	27.8.2014	Ei	S-Market Näsi sponsoroi, joten he eivät (sama konserni)
Sale Huhtinen	27.8.2014	27.8.2014	Ei	
Radio Foni / Iskelmä Porvoo	Kesä		Kyllä	Radiossa pyöri kesän aikana juttu tapahtumasta.
Uusimaa	Kesä		Ei	Ei etsitty sponsoriksi.

Liite 16. Yritysviesti.



Kävele Naiselle Ammatti

Lahjoita kehitysmaiden naisille mahdollisuus parempaan elämään ja osallistu koko yrityksesi henkilöstön voimin syksyn tapahtumaamme!

Naisten Pankin vuosittainen Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma järjestetään tänä vuonna **sunnuntaina 14.9.2014**. Porvoon tapahtuma alkaa **kello 14.00**. Viime vuonna käveltiin 24 paikkakunnalla ja kerättiin 53 100 € eli 1 770 ammattia. Porvoon tapahtuman tavoitteena on kerätä 3000 € eli 100 ammattia.

Vuoden 2014 kävelypaikkakunnat ovat Espoo, Helsinki, Hyvinkää, Hämeenlinna, Joensuu, Jyväskylä, Keski-Uusimaa, Kuopio, Lahti, Lappeenranta, Loviisa, Mikkeli, Oulu, Pietarsaari, Pori, Porvoo, Savitaipale, Tampere, Turku, Vaasa, Valkeakoski, Vantaa ja Varkaus.

Kävellään yhdessä

Lahjoittamalla pääset vaikuttamaan kehitysmaiden naisten osaamisen, yrittäjyyden ja taloudellisen aseman kehittämiseen. Samalla tarjoat yrityksesi henkilöstölle mahdollisuuden liikkua ja osallistua hyvän mielen tapahtumaan.

Lahjoitus- ja osallistumisvaihtoehtoja on erilaisia:

1. **Valtakunnallinen sponsori** saa maanlaajuisen näkyvyyden kävelytapahtuman viestinnässä sekä "Free Walking Passin" eli vapaan osallistumisoikeuden koko henkilökunnalle koko Suomen alueella. **Paketin hinta on 5000 €.**
2. **Lahjoittamalla 500 €** yrityksenne saa paikallista näkyvyyttä kävelytapahtuman viestinnässä sekä "Free Walking Passin" eli vapaan osallistumisoikeuden koko henkilökunnalle Porvoon tapahtumaan. Tapahtumasta tullaan viestimään paikallislehdissä, sosiaalisessa mediassa sekä Naisten Pankin verkkosivuilla. Yrityksenne voi osallistua tapahtumaan myös omilla mainoksilla tai jakamalla yrityksenne työntekijöille t-paitoja tai muita tunnuksia käytettäväksi tapahtuman aikana. Samalla yrityksenne henkilökunnalle tarjoutuu erinomainen mahdollisuus lähteä liikkumaan ja osallistumaan hyvän mielen tapahtumaan.
3. **Yhtä monta ammattia kuin on kävelijöitäkin – yksi ammatti = 30 €**
4. **Tapahtumaa voi myös tukea jollain muulla tavalla, kuten tuote- tai palvelulahjoituksin.**

Haasta mukaan myös asiakkaasi, yhteistyökumppanisi, alihankkijasi, päämiehesi, ehkä myös kilpailijasi unohtamatta ystäviäsi, naapureitasi ja harrastusporukoitasi. Tutustu tapahtumamme Facebook

Lahjoituksen maksu

Lahjoitukset maksetaan Naisten Pankin valtakunnalliselle tilille

- OP FI47 5789 5420 0246 76
- Nordea FI63 1745 3000 1321 02
- Lisätiedot: Kävele Naiselle Ammatti 2014, yrityksen nimi ja paikkakunta

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumaan lahjoitetuilla varoilla rahoitetaan

- naisten taloudellista toimeentuloa, osaamista ja oikeuksia parantavia hankkeita
- pienlajinoja, ammattikoulutusta ja muuta yrittäjyyteen tähtäävää toimintaa
- muita uusia, innovatiivisia naisten yrittäjyyteen tähtääviä pilottihankkeita.

Kuulen mielelläni ajatuksistanne. Tarvittaessa tulen keskustelemaan ja suunnittelemaan, miten yrityksenne voisi olla mukana tapahtumassa.

Yhteistyöterveisin

Sami Kukkonen

puh. 0400-769239

Tutustu työmme tuloksiin:

<http://www.naistenpankki.fi/tyomme-tulokset/>



Naisten Pankki on suomalainen vapaaehtoisyhdistys, joka kerää lahjoituksia kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseksi kestävän kehityksen periaattein. Voimavarana on 3 000 aktiivista vapaaehtoista 30 paikkakunnalla. Osakkeenomistajia on yli 1 400 ja kuukausilahjoittajia 3 400. Naisten Pankki on kerännyt vuodesta 2007 lähtien varoja noin 6,4 miljoonaa euroa. Hankkeiden toteutuksista vastaa Kirkon Ulkomaanapu. www.naistenpankki.fi

Liite 17. Kutsu ensimmäiseen tiedostustilaisuuteen, suomenkielinen.

KUTSU TIEDOTUSTILAISUUTEEN

Naisten Pankki ja HAAGA-HELIA kutsuvat Teidät lehdistötilaisuuteen
maanantaina 16.6.2014 klo 10.00 alkaen Café Cabriolehen osoitteeseen
Piispankatu 30, Porvoo.



Tilaisuudessa kerrotaan 14.9.2014 järjestettävistä Porvoon ja Loviisan Kävele Naiselle Ammatti -
tapahtumista. Tapahtumien tarkoituksena on kerätä lahjoituksia, joilla tuetaan kehitysmaiden
naisten koulutusta, toimeentuloa ja yrittäjyyttä.

Paikalla on Naisten Pankin edustajia sekä HAAGA-HELIAN opiskelijoita.

Lisätiedot ja ilmoittautumiset:

HAAGA-HELIA, Nina Ölander, puh. 040-7165344, nina.olander@myy.haaga-helia.fi

HAAGA-HELIA, Sami Kukkonen, puh. 0400-769239, sami.kukkonen@myy.haaga-helia.fi

Naisten Pankki, Helena Vennonen, puh. 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Naisten Pankki, Tuijariitta Lindholm, puh. 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Lämpimästi tervetuloa

Nina Ölander ja Sami Kukkonen

Liite 18. Kutsu ensimmäiseen tiedotustilaisuuteen, ruotsinkielinen.

INBJUDAN TILL PRESSKONFERENS

Kvinnobanken och HAAGA-HELIA har nöjet att bjuda in Er till presskonferens måndagen den 16.6.2014 med början klockan 10.00 på Café Cabriole, Biskopsgatan 30, Borgå.



På konferensen informerar vi om evenemanget Kävele Naiselle Ammatti som ordnas 14.9.2014 i Borgå och Lovisa. Syftet med evenemanget är att samla in donationer för att hjälpa kvinnor i utvecklingsländer som vill skola sig, försörja sig och bli företagare.

På plats vid evenemanget finns representanter för Kvinnobanken samt studerande vid HAAGA-HELIA.

För mera information och anmälan, kontakta:

HAAGA-HELIA, Nina Ölander, tfn 040-7165344, nina.olander@myy.haaga-helia.fi

HAAGA-HELIA, Sami Kukkonen, tfn 0400-769239, sami.kukkonen@myy.haaga-helia.fi

Naisten Pankki, Helena Vennonen, tfn 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Naisten Pankki, Tuijariitta Lindholm, tfn 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Ni är varmt välkomna

Nina Ölander och Sami Kukkonen

Kävelemällä tukea naisille

PORVOOSSA JA LOVIISASSA tuetaan kehitysmaiden naisia. Tarkoituksena on esimerkiksi tukea yrittäjyyttä.

Kirkon Ulkomaanavun Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma järjestetään Porvoossa ja Loviisassa ensi syyskuussa. Porvooseen tapahtuma tulee ensimmäistä kertaa. Loviisan tapahtuma järjestetään toista kertaa.

Raha käytetään johonkin kehittävään kohteeseen.

NINA ÖLANDER

Porvoossa tapahtuma alkaa Taidetehtaan edestä ja Loviisassa Loviisan torilta. Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumassa on tarkoitus kävellä muutaman kilometrin pituisen reitti. Osallistamalla lahjoitustoimintaan autat kehitysmaiden naisia hankkimaan itsellensä koulutuksen, ammatin ja toimeentulon.

Lahjoitusvaroja ohjataan myös kyläpankkien perustamiseen ja annetaan naisille yrittäjäkoulutusta. Toimintaan voit osallistua myös kuukausilahjoittajana tai osallistumalla Naisten Pankin vapaaehtoisuuteen.

Ilmoittautuminen tapahtumiin eri puolilla Suomea aukeaa lähiaikoina.

Kävele Naiselle Ammatti



Nina Ölander ja Sami Kukkonen suunnittelevat Porvoon tapahtuman.

Naisten Pankki

- Naisten Pankki on vuonna 2007 perustettu vapaaehtoisuuteen, joka kerää varoja kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseen kestävän kehityksen periaattein.
- Naisten Pankilla on toimintaa Suomessa 35 eri paikkakunnalla.
- Lahjoituksia on kerätty yhteensä yli 6,4 miljoonaa euroa ja niitä hallinnoi Kirkon Ulkomaanapu, joka myös vastaa hankkeiden toteutuksesta.
- Lisätietoa projekteista löydät osoitteesta www.naistenpankki.fi.

-tapahtuma järjestetään tänä vuonna viidettä kertaa ja nyt mukana on 25 paikkakuntaa.

Ammattikorkeakoulun Haaga-Helican Porvoon yksikön liiketalouden opiske-

lijat **Nina Ölander** ja **Sami Kukkonen** vastaavat Porvoon tapahtuman toteuttamisesta. Tapahtuman järjestäminen on opiskelijoiden opintonaikatyö. Opiskelijat aloittivat huhti-

kuussa projektin suunnittelun esimerkiksi hakemalla lupia tapahtumaan ja etsimällä sponsoreita.

-Projektissa on hienoa, että rahaa ei anneta suoraan, vaan se käytetään johonkin kehittäväin kohteeseen. Halusin oppia jotain uutta ja koulussa ei ollut aikaisemmin mahdollisuutta tehdä näin isoa projektia, Ölander kertoo.

-Normaalisti teemme yrityksille suunnittelua ja tämä on sitten erilainen kokemus, Kukkonen miettii.

MAKKO HAAPALA

Kävele naiselle ammatti

Kävele naiselle ammatti - tapahtuma järjestetään Loviisassa ja Porvoossa 14.9.

LOVIISA JA PORVOO Kävele naiselle ammatti - tapahtuma järjestetään tänä vuonna viidettä kertaa ja mukana on 25 paikkakuntaa. Naisten Pankin järjestämässä tilaisuudessa on tarkoitus pelastaa maailma, yksi nainen kerrallaan ja mukaan voi haastaa kenet tahansa - perheenjäsenen, ystävän tai työkaverin.

Loviisassa ja Porvoossa Kävele Naiselle Ammatti - tapahtuma järjestetään syyskuun 14. päivä. Loviisassa tapahtuma starttaa torilta kello 14.00, mistä osallistujat kävelevät muutaman kilometrin matkan, yhdessä hauskaa pitäen. Mukaan voi

Kävele Naiselle Ammatti

● Kävelytapahtuma 14.9.

● Lähtee Loviisan torilta 14.00

● Ilmoittautuminen kesäkuun puolessavälissä.

● Lisätietoja: <http://www.naistenpankki.fi/tyomme-tulokset/>



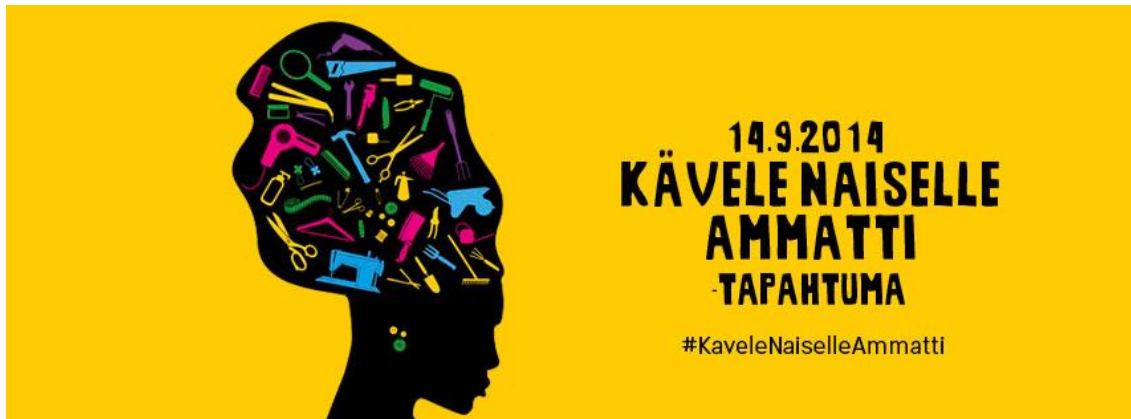
OPISKELIJAT. Kuvassa ovat Haaga-Helian liiketaloustieteen opiskelijat Nina Olander ja Sami Kukkonen, jotka tekevät tämän tapahtuman suunnittelun ja markkinoinnin Porvoossa opinnäytetyönään.

KUVA: TULJA-RIITTA LINDHOLM

tulla yksin tai ryhmässä ja lahjoittamalla voi auttaa kehitysmaiden naisia hankkimaan itsellensä koulutuksen, ammatin ja toimeentulon. Toimintaan voi osallistua helposti myös kuukausilahjoittajana tai osallistumalla Naisten Pankin vapaaehtoisuustyöhön.

Naisten Pankki on vuonna 2007 perustettu vapaaehtoisuusyhteisö, joka kerää varoja kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämisen eteen. Toimintaa Suomessa Naisten Pankilla on 35 eri paikkakunnalla ja lahjoituksia on tähän mennessä kerätty 6 miljoonan eu-

ron edestä. Apua saaneiden naisten määrä on jo yli 15 000 ja heidän kauttaan perheitä ja koko yhteisöä. Koulutus- ja yrittäjyysprojekteja on jo 12 maassa. Kävele Naiselle Ammatti - tapahtuma, on vain yksi tapa auttaa. **LS**



LEHDISTÖTIEDOTE

Porvoo 16.6.2014

Kävele Naiselle Ammatti – tapahtuma Porvoossa ja Loviisassa

Kävele Naiselle Ammatti – tapahtuma järjestetään Porvoossa ja Loviisassa 14.9.2014 alkaen kello 14.00. Porvoossa aloitetaan Taidetehtaan edestä osoitteesta Kokkonniementie 6, 06100 Porvoo ja Loviisassa Loviisan torilta.

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtumassa kävelemme yhdessä muutaman kilometrin matkan ja pidämme hauskaa. Voit tulla yksin tai ryhmässä – ota mukaan vaikka koko perhe ja haasta kaverisikin! Lahjoittamalla autat kehitysmaiden naisia hankkimaan itsellensä koulutuksen, ammatin ja toimeentulon – ja siten saamaan arvostusta omassa yhteisössään. Voit osallistua toimintaan helposti myös kuukausilahjoittajana tai osallistumalla Naisten Pankin vapaaehtoistyöhön.

**Varaa 14.9. jo kalenteristasi! Ilmoittautuminen tapahtumiin eri puolilla Suomea au-
keaa kesäkuun puolessa välissä. Vieraile Facebook -sivullamme sekä Twitter -
tilillämme ja pysy ajan tasalla!**

Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma järjestetään tänä vuonna viidettä kertaa ja nyt mukana on 25 paikkakuntaa. Naisten Pankki toivottaa kaikki tervetulleiksi pelastamaan maailmaa nainen kerrallaan! Haasta mukaan myös asiakkaasi, yhteistyökumppanisi, alihankkijasi, päämiehesi, ehkä myös kilpailijasi unohtamatta ystäviäsi, naapureitasi ja harrastusporukoitasi.

Lisätietoja:

Helena Vennonen, Porvoo, puh. 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Tuijariitta Lindholm, Loviisa, puh. 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Naisten Pankki on vuonna 2007 perustettu vapaaehtoisyhdistys, joka kerää varoja kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseen kestävän kehityksen periaattein. Naisten Pankilla on toimintaa Suomessa 35 eri paikkakunnalla. Lahjoituksia on tähän mennessä kerätty yhteensä yli 6 miljoonaa euroa ja niitä hallinnoi Kirkon Ulkomaanapu, joka myös vastaa hankkeiden toteutuksesta. Apua saaneiden naisten määrä on jo yli 15000 ja heidän kautta on autettu yli 60000 ihmistä, sillä naisten auttaminen hyödyttää heidän perheitään ja koko yhteisöä. Koulutus- ja yrittäjyysprojekteja on 12 maassa, mm. Liberiassa, Kambodzhassa, Angolassa, Guatemalassa ja Haitilla. Lisätietoa projekteista <http://www.naistenpankki.fi/tyomme-tulokset/>



PRESSRELEASE

Borgå 16.6.2014

Gå ett yrke till en kvinna – evenemanget i Borgå och Lovisa

Gå ett yrke till en kvinna – evenemanget ordnas i Borgå och Lovisa 14.9.2014 med början klockan 14.00. I Borgå startar vi från Konstfabriken på Kokonvägen 6, 06100 Borgå och i Lovisa från torget.

Gå ett yrke till en kvinna – evenemanget går ut på att vi promenerar några kilometer och har roligt tillsammans. Du kan komma ensam eller i grupp – ta gärna med hela familjen och utmana också dina vänner! Med donationen hjälper du kvinnor i utvecklingsländer att skaffa sig utbildning, ett yrke och inkomster – och på så sätt få uppskattning i den egna livsmiljön. Du kan också lätt delta i verksamheten som månadsdonator eller genom att delta i Kvinnobankens frivilliga arbete.

Boka nu redan 14.9. i din kalender! Anmälan till evenemangen runt om i Finland blir möjligt i medlet av juni. Besök vår Facebook-sida samt Twitter och håll dig uppdaterad!

Gå ett yrke till en kvinna – evenemanget ordnas i år för femte gången och nu är 25 orter med. Kvinnobanken önskar alla välkomna att rädda världen en kvinna i sänder! Utmana också dina kunder, samarbetspartner, underleverantörer, din chef och kanske också dina konkurrenter utan att förglömma dina vänner, grannar och hobbygrupper.

För mera information, kontakta:

Helena Vennonen, Borgå, tfn 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Kvinnobanken grundades år 2007 som ett frivilligt samfund för att samla pengar till kvinnor i utvecklingsländer i syfte att utveckla företagsamhet och försörjning enligt principerna för hållbar utveckling. Kvinnobanken har verksamhet på 35 olika orter i Finland. Tills vidare har vi samlat in donationer totalt dryga 6 miljoner euro och de administreras av Kyrkans Utlandshjälp som också ansvarar för genomförandet av projekten. De som fått direkt hjälp uppgår till 15 000 personer. Indirekt har vi hjälpt över 60 000 personer eftersom den hjälp en kvinna får gagnar hela familjen och byn. Utbildnings- och företagareprojekt pågår i 12 länder, bl.a. i Liberia, Kambodja, Angola, Guatemala och Haiti. Mera information <http://www.naistenpankki.fi/sv/om-oss/vad-ar-kvinnobanken/>

Liite 24. Kutsu toiseen lehdistötilaisuuteen.

KUTSU TIEDOTUSTILAISUUTEEN

Naisten Pankki ja HAAGA-HELIA kutsuvat Teidät lehdistötilaisuuteen keskiviikkona 4.9.2014 klo 10.00 alkaen Porvoo Campuksen tilaan 1513 osoitteeseen Taidetehtaankatu 1, Porvoo.



Tilaisuudessa kerrotaan 14.9.2014 järjestettävistä Porvoon ja Loviisan Kävele Naiselle Ammatti - tapahtumista. Tapahtumien tarkoituksena on kerätä lahjoituksia, joilla tuetaan kehitysmaiden naisten koulutusta, toimeentuloa ja yrittäjyyttä.

Tapahtuman ohjelmakin on valmistunut. Etkot aloitetaan kello 13.00. Ennen lähtöä kuunnellaan elävää musiikkia, julkistetaan arvonnän tulokset, kuunnellaan kaksi lyhyttä puhetta ja yksi runo sekä liikutaan Taidetehtaan tanssikoulun pitämän alkujumpan tahtiin. Kävely alkaa kello 14.00 ja päättyy viimeistään kello 16.00.

Sponsoreita on saatu kerättyä mukava määrä ja he osallistuvat tapahtuman tukemiseen usein eri tavoin.

Paikalla on Naisten Pankin edustajia sekä HAAGA-HELIAN opiskelijoita.

Lisätiedot ja ilmoittautumiset:

HAAGA-HELIA, Nina Ölander, puh. 040-7165344, nina.olander@myy.haaga-helia.fi

HAAGA-HELIA, Sami Kukkonen, puh. 0400-769239, sami.kukkonen@myy.haaga-helia.fi

Naisten Pankki, Helena Vennonen, puh. 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Naisten Pankki, Tuijariitta Lindholm, puh. 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Lämpimästi tervetuloa,

Nina Ölander ja Sami Kukkonen

PS. Ilmoittauduttehan itsekin mukaan auttamaan kehitysmaiden naisia!

www.naistenpankki.fi/kavely

VAPAALLA



Kuvassa vasemmalta Nina Ölander Haaga-Helasta, Naisten Pankin Lovisan solun Kristiina Rintamäki, Porvoon solun Helena Venno-
nen, Lovisasta Tuijariitta Lindholm ja Sirkka Patari sekä Sami Kukkonen Haaga-Helasta.

Tossua toisen eteen hyvän asian vuoksi

LOVISASSA JA Porvoossa kävellään sunnuntaina naisille ammatti.

Sunnuntaina 14.9. käitetään tossua toisen eteen hyvän asian vuoksi. Naisten Pankin Kivele naiselle ammatti -tapahtuma järjestetään Porvoossa ja Lovisassa.

Porvoossa kävellään tänä vuonna hyvän vuoksi ensimmäistä kertaa ja Lovisassa jo toista kertaa. Molempien kaupunkien tavoite on saada mukaan sata kävelijää.

–Meillä oli viime vuonna vähän yli 50 kävelijää ja nyt se määrä koitetaan kaksinkertaistaa, **Tuijariitta Lindholm** Lovisan Naisten Pankista kertoo.

–Me otimme myös 100 kävelijää tavoitteeksi. Ajattelimme, että jos Lovisassa käveli viime vuonna 50, niin kyllähän me Porvoossa saamme 100 täyteen, **Helena Vennonen** Porvoon Naisten Pankista sanoo.

Porvoon kävelytapahtuma aloitetaan kello 8 Taidetehtaan ja joon väliseltä hiekkakentältä. Aluksi kävelijät saavat maistaa musiikkia ja

kello 13.30 kuullaan tapahtuman avauspuhe sekä **Anja Snellmanin** kirjoittama Kivele naiselle ammatti -runo.

Taidetehtaan Tanssikoulu pitää kävelijöille alkujumpan ja sen jälkeen alkaa varsinainen kävelyosuus.

–Kävellään Länsirannan puoleista jokirantaa pitkin Maarinväen ja toista puolta takaisin. Tämän lenkin pituus on noin kolme kilometriä. Halutessaan voi jatkaa Maarista Pappilampeltoon ja sieltä takaisin. Lisälenkin pituus on noin kaksi kilometriä, Haaga-Helian opiskelijat **Sami Kukkonen** ja **Nina Ölander** kertovat. He toteuttavat Porvoon tapahtuman opinnäytetyönään.

Lovisassa tapahtuma starttaa torilta kello 14 alkujumpan jälkeen.

–Torilta lähdemme Harjulle. Meillä on kaksi eriväliä, noin 3,5 ja 5 kilometriä pitkiä. Näköalatornilla on juomapiste, Lindholm kertoo.

Naisia auttamalla auttaa samalla lapsia, perheitä ja koko kyläyhteisöä.

–Naisten maailmanlaajuinen unelma on, että lapsilla olisi asiat paremmin ja se yhdistää meitä. Monet tarinat herättivät säiliä ja kauhua, mutta meillä on tapana sanoa, että me emme kerää säiliä, me keräämme rahaa. Säiliä ei auta ketään, konkreettinen apu auttaa, Lindholm toteaa.

Avun vie perille Kirkon Ulkomaanapu, joka käyttää kerätyistä varoista omiin kustannuksiltaan hyvin vähän.

–Kirkon ulkomaanavulla on 1,5 henkilöä palkattuna tähän. Totta kai tarvitaan myös julkisteita ja materiaalia, mutta 15 prosenttia on maksimi, joka voidaan käyttää hallintokuluihin.

Kirkon Ulkomaanapu on perustettu vuonna 1947 jakamaan apua ulkomailta Suomeen.

–Vasta liittytyäni Naistenpankkiin sain tietää, että Kirkon Ulkomaanapu perustettiin sodan jälkeen auttamaan Suomea. 1950 ja -60 -lukujen vaihteessa virta kääntyi ja ryhdyimme auttamaan Suomesta muilta

mailta, Lindholm kertoo.

Tempauksen tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysmaiden naisten hyväksi, jotta he saavat itselleen koulutuksen, ammatin ja toimeentulon.

Naisten Pankki on perustettu vuonna 2007 ja se on kerännyt tähän mennessä lahjoituksina jo 6,8 miljoonaa euroa. Tuvun odotetaan ylittävän 7 miljoonaa euroa tänä vuonna.

Kivele naiselle ammatti -tapahtumien valtakunnallisen tavoitteena on kerätä tänä vuonna 2 100 ammattia eli yhteensä 63 000 euroa. Yksi ammatti maksaa 30 euroa.

MIA SMOLANDER

Doitetaan www.naistenpankki.fi voi ilmoittautua mukaan kävelytapahtumaan ennakkoon. Porvoon ja Lovisan tapahtumat löytyvät Facebookista hakusanoilla Kivele Naiselle Ammatti -Porvoon sekä Kivele Naiselle Ammatti -Lovisa. Porvoossa arvotaan ennakkoon ilmoittautuneiden kesken yllätyspalkintoja.

Porvoo 4.9.2014

Kävele Naiselle Ammatti – valtakunnallinen hyvän mielen tapahtuma Porvoossa ja Loviisassa

Naisten Pankin Kävele Naiselle Ammatti – tapahtuma alkaa sunnuntaina 14.9.2014 Porvoossa klo 13.30 Taidetehtaan edessä, Kokkonniementie 6 ja Loviisassa klo 14.00 Loviisan torilla.

Reitti on kolmen tai viiden kilometrin mittainen. Porvoossa kävellään jokirantaa pitkin Maariin ja Linnanmäelle ja Loviisassa Harjun ja rannan ympäristössä. Ennen starttia on lyhyt tervehdyspuhe, Anja Snellmanin runo Kävele Naiselle Ammatti ja koko kehon herättävä alkujumppa!

Tempauksen tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysmaiden naisten hyväksi, jotta he saavat itselleen koulutuksen, ammatin ja toimeentulon – ja siten myös arvostusta omassa yhteisössään. Naisten Pankki on kerännyt lahjoituksia vuodesta 2007 ja tänä vuonna kokonaissumman odotetaan ylittävän 7 miljoonan euroa! Kävele Naiselle Ammatti – tapahtumien valtakunnallisena tavoitteena on kerätä tänä vuonna 2100 ammattia (63000 €). Yksi ammatti saadaan 30 eurolla! Ammatin voi lahjoittaa yksin tai yhdessä kavereiden kanssa. Toimintaan voi tulla mukaan myös kuukausilahjoittajana tai osallistumalla Naisten Pankin vapaaehtoistyöhön.

Sekä Porvoossa että Loviisassa pyritään saamaan mukaan 100 kävelijää. Nyt voi tulla mukaan auttamaan ja viettämään reipas päivä koko perheen, ystävien tai vaikkapa yrityksen henkilökunnan kanssa.

Tapahtumiin voi ilmoittautua ennakoon osoitteessa www.naistenpankki.fi/tietoameista/kavele/. Ilmoittautua voi myös paikan päällä ja lahjoittaa ammatti lippaaseen.

Porvoossa arvotaan Internetin kautta ilmoittautuneiden kesken tuotepalkintoja. Lisätietoja tapahtumien aikatauluista sekä tarjoiluista löytyy Facebookista hakusanoilla ”Kävele Naiselle Ammatti Porvoo/Loviisa” tai Naisten Pankin kotisivuilta.

Tapahtumaa sponsoroi Porvoossa: Amica Campus, Ansa Production, Autokorjaamo Kukkonen Ari, Café Cabriole, DNA, Ernst & Young, Fazer, Gabriel 1763, Haaga-Helia amk,

Koulutettu Hieroja Minna Hyypiä tmi/ Porvoon lääkärikeskus, Huiskula, Itäväylä, LähiTapiola, Makulaku, Neste Oil, S-Market Näsi, Suomalainen Kirjakauppa, Porvoon Offsetpaino, Radio Foni ja Taidetehtaan Tanssikoulu.

Lisätietoja:

Helena Vennonen, Porvoo, puh. 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Tuijariitta Lindholm, Loviisa, puh. 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Naisten Pankki on vuonna 2007 perustettu vapaaehtoisyhteisö, joka kerää varoja kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseen kestävän kehityksen periaattein. Naisten Pankilla on toimintaa Suomessa 35 eri paikkakunnalla. Lahjoituksia on tähän mennessä kerätty yhteensä yli 6 miljoonaa euroa ja niitä hallinnoi Kirkon Ulkomaanapu, joka myös vastaa hankkeiden toteutuksesta. Apua saaneiden naisten määrä on jo yli 15000 ja heidän kauttaan on autettu yli 60000 ihmistä, sillä naisten auttaminen hyödyttää heidän perheitään ja koko yhteisöä. Koulutus- ja yrittäjyysprojekteja on 12 maassa, mm. Liberiassa, Kambodzhassa, Angolassa, Guatemalassa ja Haitilla. Lisätietoa projekteista www.naistenpankki.fi/tyomme-tulokset/.

PRESSMEDDELANDE

FÅR PUBLICERAS

Borgå 4.9.2014

Gå ett yrke åt en kvinna – det riksomfattande feel good evenemanget i Borgå och Lovisa

Kvinnobanken ordnar Gå ett yrke åt en kvinna -evenemanget söndagen den 14.9.2014 med start klockan 13.30 vid Konstfabriken på Kokonvägen 6 i Borgå och klockan 14.00 på torget i Lovisa.

Promenaden är tre eller fem kilometer lång. I Borgå promenerar vi längs åstranden till Maari och Slottsbacken och i Lovisa i trakterna av Harju och stranden. Före starten får vi höra ett kort hälsningstal och dikten Gå ett yrke åt en kvinna av Anja Snellman. Vi får också mjuka upp lederna med uppvärmningsgympa.

Målet för kampanjen är att samla in medel till kvinnorna i u-länderna så att de kan skaffa sig utbildning, ett yrke och inkomster – och därigenom också uppskattning i den egna livsmiljön. Kvinnobanken har samlat in donationer sedan år 2007 och i år uppskattas den totala summan överskrida 7 miljoner euro! Det landsomfattande målet för Gå ett yrke åt en kvinna -kampanjen i år är att samla ihop 2100 yrken (63000 euro). Ett yrke är värt 30 euro! Man kan donera ett yrke ensam eller tillsammans med vänner. Man kan också delta i verksamheten som månadsdonator eller genom att delta i Kvinnobankens frivilligarbete.

Både i Borgå och Lovisa försöker vi få med 100 personer på promenaden. Nu kan du komma med och hjälpa och samtidigt fira en trevlig dag med familjen, vänner eller dina arbetskamrater.

Du kan förhandsanmäla dig till evenemangen på adressen

<http://www.naistenpankki.fi/sv/om-oss/gangen/>. Du kan också anmäla dig på ort och ställe och donera ett yrke i samlingsbössan. I Borgå lottar vi ut produktpaket bland dem som anmält sig via nätet. Tilläggsuppgifter om evenemangens

tidtabeller och servering hittar du på Facebook med sökorden "Kävele Naiselle Ammatti Porvoo/Loviisa" eller på Kvinnobankens hemsidor.

I Borgå sponsoreras evenemanget av: Amica Campus, Ansa Production, Autokorjaamo Kukkonen Ari, Café Cabriole, DNA, Ernst & Young, Fazer, Gabriel 1763, Haaga-Helia amk, Koulutettu Hieroja Minna Hyypiä tmi/Borgå läkarcentral, Huiskula, Itäväylä, LähiTapiola, Makulaku, Neste Oil, S-Market Näsi, Suomalainen Kirjakauppa, Porvoon Offsetpaino, Radio Foni och Taidetehtaan Tanssikoulu.

Tilläggsuppgifter:

Helena Vennonen, Borgå, tel. 050-3082530, helena.vennonen@pp1.inet.fi

Tuijariitta Lindholm, Lovisa, tel. 050-66864, tuijariitta.lindholm@gmail.com

Kvinnobanken grundades år 2007 som ett frivilligt samfund för att samla pengar till kvinnor i utvecklingsländer i syfte att utveckla företagsamhet och försörjning enligt principerna för hållbar utveckling. Kvinnobanken har verksamhet på 35 olika orter i Finland. Tills vidare har vi samlat in donationer totalt dryga 6 miljoner euro och de administreras av Kyrkans Utlandshjälp som också ansvarar för genomförandet av projekten. De som fått direkt hjälp uppgår till 15 000 personer. Indirekt har vi hjälpt över 60 000 personer eftersom den hjälp en kvinna får gagnar hela familjen och byn. Utbildnings- och företagareprojekt pågår i 12 länder, bl.a. i Liberia, Kambodja, Angola, Guatemala och Haiti. Mera information <http://www.naistenpankki.fi/sv/om-oss/vad-ar-kvinnobanken/>

Liite 28. Tapahtumajulisteiden sijoituspaikkoja.



Liite 29. Porvoon Kaupungin tapahtumakalenterin mainos.

Kävele Naiselle Ammatti

14.09.2014 13:30 - 14.09.2014 16:00
Naisten Pankki järjestää Porvoossa Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuman.

Paikka: Lähtö Taidetehtaan edestä, Kokkonniementie 6

Tapahtumassa kävellään joko 3 tai 5 kilometrin pituinen lenkki Maariin ja takaisin. Tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysvammaisten naisten auttamiseksi. Lahjoituksilla naisille hankitaan ammatti- ja yrittäjäkoulutuksia sekä mahdollistetaan pienlainojen saaminen. Osallistua voi yksin, yhdessä perheen, kaveriporukan tai vaikkapa naapurin kanssa. Ennen kävelyyn lähtöä kuunnellaan lyhyt tervehdyspuhe, runo sekä osallistutaan kaikki yhdessä koko kehon liikkeelle laittavaan alkujumppaan. Lisätietoja tapahtuman ohjelmasta sekä tarjoiluista löydät Facebookista hakusanoilla "Kävele Naiselle Ammatti Porvoo" tai Naisten Pankin kotisivujen kautta.

Tapahtuman järjestää Naisten Pankki sekä kaksi Haaga-Helian opinnäytetyön tekijää.

Osallistuminen on ilmaista, mutta jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa itselleen ammatin. Lahjoituksen voit tehdä yksin tai yhdessä. Ennakkoon voi ilmoittautua osoitteessa: <http://www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/kavele/>. Paikan päällä ilmoittautumisen ja lahjoituksen voi tehdä lippaaseen.

Yhteyshenkilöt:
Sami Kukkonen
0400-769239

Nina Ölander
040-7165344

LÄHETTÄJÄ Tanja Peisala 08.08.2014 Viimeksi muokattu 04.09.2014

tunnisteet: urheilu ja liikunta

Porvoon Kävele Naiselle Ammatti -hyvän mielen tapahtuma

Naisten Pankki sekä kaksi Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijaa järjestävät Porvoossa Kävele Naiselle Ammatti -hyvän mielen tapahtuman 14.9.2014 klo 13.30 alkaen. Tapahtumassa kävellään joko 3 tai 5 kilometrin pituinen lenkki Maariin ja takaisin. Autot voi jättää viereisen Porvoo Campuksen pihalle.

Tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysvammaisten naisten auttamiseksi. Lahjoituksilla naisille hankitaan ammatti- ja yrittäjäyyskoulutuksia sekä mahdollistetaan pienlainojen saaminen. Osallistua voi yksin, yhdessä perheen, kaveriporukan tai vaikkapa naapurin kanssa.

Ennen kävelyyn lähtöä kuunnellaan lyhyt tervehdyspuhe, runo sekä osallistutaan kaikki yhdessä koko kehon liikkeelle laittavaan alkujumppaan. Lisätietoja tapahtuman ohjelmasta sekä tarjoiluista löydät Facebookista hakusanoilla "Kävele Naiselle Ammatti Porvoo" tai Naisten Pankin kotisivujen kautta.

Osallistuminen on ilmaista, mutta jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa itselleen ammatin. Lahjoituksen voit tehdä yksin tai yhdessä. Ennakkoon voi ilmoittautua osoitteessa: www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/kavele/. Paikan päällä ilmoittautumisen ja lahjoituksen voi tehdä lippaaseen.

Lämpimästi tervetuloa!

Kokonniementie 6

Taidetehtaan edessä, jokirannassa

06100

Porvoo

Kävele naiselle ammatti - hyvän mielen tapahtuma Porvoossa 14.9.



Tiedote.

Julkaistu: 05.09.2014 klo 12:27

Julkaisija: HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Naisten Pankki JA HAAGA-HELIA järjestävät Kävele naiselle ammatti - hyvän mielen tapahtuman Porvoossa 14.9.2014, alkaen klo 13.30. Lähtöpaikka on joenrannassa, Taidetehtaan edessä, osoitteesta Kokkonniementie 6. Tapahtumassa kävellään joko kolmen tai viiden kilometrin pituinen lenkki Maariin ja takaisin. Autot voi jättää viereisen Porvoo Campuksen pihalle.

Tarkoituksena on kerätä lahjoituksia kehitysmaiden naisten auttamiseksi. Lahjoituksilla naisille hankitaan ammatti- ja yrittäjäyyskoulutuksia sekä mahdollistetaan pienlainojen saaminen. Osallistua voi yksin, yhdessä perheen, kaveriporukan tai vaikkapa naapurin kanssa.

Ennen kävelyä on kaikille yhteinen kehon liikkeelle laittava alkujumppa. Lisätietoja tapahtuman ohjelmasta ja tarjoiluista löydät Facebookista hakusanoilla "Kävele naiselle ammatti Porvoo" tai Naisten Pankin kotisivujen kautta.

Osallistuminen on ilmaista, mutta jo 30 euron lahjoitussummalla yksi nainen saa itselleen ammatin. Lahjoituksen voit tehdä yksin tai yhdessä. Ennakkoon voi ilmoittautua osoitteessa: www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/kavele/.

Paikan päällä ilmoittautumisen ja lahjoituksen voi tehdä lippaaseen.

HAAGA-HELIA on yksityinen, Suomen johtava matkailualan ammattikorkeakoulu, joka kouluttaa myös liike-elämän ja palveluelinkeinojen asiantuntijoita sekä tutkii ja kehittää näihin aloihin liittyvää osaamista ja toimintaa. Koulutusalamme ovat liiketalous, tietotekniikka, hotelli-, ravintola- ja matkailuala, johdon assistenttityö, toimittajakoulutus, liikunta-ala sekä ammatillinen opettajankoulutus. HAAGA-HELIAN 10 500 opiskelijaa luovat työelämäverkostoja jo opiskeluaikanaan. Opiskelijoita tukee liki 650 työntekijän korkeatasoinen kansallinen ja kansainvälinen osaaminen.

[Tutustu julkaisijan muuhun lehdistöaineistoon](#)

05.09.2014 klo 12:27 | Toimiala: [Sosiaaliset kysymykset](#)

Liite 32. Porvoo Campusin infotelevisioiden mainosdia.



Tule mukaan Naisten Pankin hyvän mielen tapahtumaan 14. syyskuuta 2014

Kello 13.00-16.00

Taidetehtaan edessä, Kokkonniementie 6.

Auta kehitysmaiden naisten oikeuksien ja toimeentulon parantamisessa lahjoittamalla Ammatti.

Yksi ammatti maksaa 30 euroa, lahjoita yksin tai yhdessä!

TERVETULOA!

www.naistenpankki.fi/tietoa-meista/kavele/



 Kävele Naiselle Ammatti -Porvoo

Liite 33. Arvontalista.

Arvontalista: KNA Porvoo 2014		
Arvonta numero	Nimi	Palkinnon numero
1	Salainen	
2	Salainen	
3	Salainen	6
4	Salainen	
5	Salainen	
6	Salainen	
8	Salainen	
9	Salainen	
10	Salainen	
11	Salainen	
12	Salainen	
13	Salainen	
14	Salainen	
15	Salainen	
16	Salainen	
17	Salainen	1
18	Salainen	
19	Salainen	
20	Salainen	
21	Salainen	
22	Salainen	
23	Salainen	
24	Salainen	
25	Salainen	
26	Salainen	2
27	Salainen	4
28	Salainen	
29	Salainen	
30	Salainen	
31	Salainen	
32	Salainen	
33	Salainen	
34	Salainen	
35	Salainen	5
36	Salainen	
37	Salainen	
38	Salainen	
39	Salainen	
40	Salainen	
41	Salainen	
42	Salainen	
43	Salainen	3
44	Salainen	
45	Salainen	
46	Salainen	
47	Salainen	
48	Salainen	
Palkinnon numero	Palkinto	Palkinnon saajan numero
1	Café Cabriole	17
2	Café Cabriole	26
3	Suomalainen Kirjakauppa tuotepalkinto 1	43
4	Suomalainen Kirjakauppa tuotepalkinto 2	27
5	Suomalainen Kirjakauppa tuotepalkinto 3	35
6	Hierontalahjakortti Minna Hyypiälle	3
Arvontalistan käyttö: Onnetar sanoo ensin yhden luvun 1 ja 48:n väliltä, jonka jälkeen hän sanoo yhden numeron 1-6:n väliltä. Ensimmäinen luku on palkinnon saajan nimi ja jälkimmäinen on palkinnon numero.		

Liite 34. Kuvia tapahtumasta.



Liite 35. Kiitoskirjeen malli.

Hei!

Sunnuntaina 28 paikkakunnalla järjestetty Kävele Naiselle Ammatti -tapahtuma vauhditti Naisten Pankin uuteen ennätykseen. Naisten Pankki on kerännyt seitsemän miljoonaa euroa kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon tukemiseksi.

Porvoossa käveltiin naisille ammatteja upeissa maisemissa, aurinkoisessa säässä ja rennossa ilmapiirissä. Ammatteja saatiin kerättyä paikan päällä 31 kappaletta. Tämän lisäksi ennakkoon ja jälkeinpäin lahjoittavien avulla kerättyjen ammattien määrät varmistuvat hieman myöhemmin.


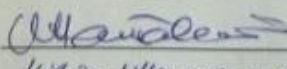
Haluamme kiittää teitä (yrityksen/yhteisön/esiintyjän nimi) Naisten Pankin tukemisesta antamalla (tähän tukemisen tapa). Mahtavaa, että lähditte mukaan tukemaan kehitysmaiden naisia! Teidän avullanne, (mitä heidän avullaan saatiin) kävelijöitä ilmaantui paikan päälle noin 90. Toivottavasti voitte jatkossakin tukea Naisten Pankin toimintaa.

Kiittäen meidän opiskelijoiden sekä Naisten Pankin puolesta,
Nina Ölander ja Sami Kukkonen

Liite 36. Mainosvideo

Mainosvideon internetlinkki: https://youtu.be/B7Z-m_pBbok

Liite 37. Ansa Production, sponsorisopimus.

SOPIMUS		
Ostaja	Naisten Pankki/Kirkon Ulkomaanapu PL 210 (Eteläranta 8) 00130 Helsinki	
Myyjä	Ansa Production Oy Aleksanterinkatu 22 A 5 06100 Porvoo Y-tunnus: 2622839-6	
Toimeksianto	Ansa Production Oy toteuttaa videokuvaukset 14.9.2014 järjestettävässä Kävele Naiselle Ammatti-tapahtumassa Porvoossa. Tapahtumasta julkaistaan tapahtumavideo, jonka kesto on noin 2 – 4 minuuttia. Video tuotetaan Naisten Pankille. Ansa Production Oy toimii Kävele Naiselle Ammatti-tapahtuman virallisena sponsorina videokuvauksen muodossa. Ansa Production Oy maksaa rahallisen sponsorointiosuuden julkaistavana videona.	
Julkaisu ja jakelu	Tapahtumavideo julkaistaan vain ja ainoastaan Ansa Production Oy:n viralliselle YouTube-kanavalle. Tapahtumavideon jakelu eteenpäin Ansa Production Oy:n viralliselta YouTube-kanavalta on sallittua. Tapahtumavideon suora kopiointi ja uudelleenjulkaisu on sen sijaan kielletty. Julkaistua tapahtumavideota saa linkittää ja jakaa eteenpäin Ansa Production Oy:n viralliselta YouTube-kanavalta.	
Lopputekstit ja logot	Kävele Naiselle Ammatti-tapahtuman sekä Naisten Pankin logot ja lopputekstit voidaan lisätä videolle.	
Muutokset sopimukseen	Muutokset tähän sopimukseen tehdään kirjallisesti ja molempien osapuolten allekirjoittamina.	
Sopimuksen voimaantulo	Tämä sopimus tulee voimaan, kun molemmat osapuolet ovat allekirjoittaneet sen.	
Aika ja paikka	<u>Helsinki, 29.8.2014</u>	
Ansa Production Oy	<u></u>	
Naisten Pankki	<u> Kirkon ulkomaanapu / Naisten Pankki</u>	
Yritysesittelyt	Tuote- ja tilaesittelyt	Markkinointi- ja promootiovideot
		www.ansa.fi

Liite 38. Markkinointitoimenpiteiden aikajana.

